

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Pelin ARSEZEN OTAMIŞ

ANTALYA TURİZM KÜMESİNİN
ALGILANAN PERFORMANSININ
YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZİ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2013

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Pelin ARSEZEN OTAMIŞ

ANTALYA TURİZM KÜMESİNİN
ALGILANAN PERFORMANSININ
YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZİ

Danışman

Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU

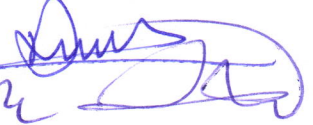
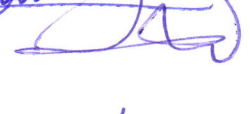
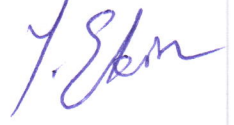


Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2013

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Pelin ARSEZEN OTAMIŞ'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. A. Ali KAC 
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Nedim Gürbüz 
Üye : Yrd. Doç. Dr. Fekin Ekin 
Üye : Yrd. Doç. Dr. Ebru İgiçen 
Üye : Yrd. Doç. Dr. Mehmet Özer 

Tez Konusu: Antalya Turizm Sektörünün Algılanan Performansın Yapısal Etkilik Modeli ile Analizi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi 16.01/2013

Mezuniyet Tarihi 31.01/2013

Doç. Dr. Zekeriya KARADAVUT
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	iii
ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	viii
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, EKONOMİK KALKINMA ve TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1 Turizm ve Ekonomik Kalkınma	6
1.1.1 Turizmin Ekonomiye Katkısı	6
1.1.2 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	7
1.1.3 Bölgeler Arası Kalkınmışlık Farkları ve Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi	9
1.1.4 Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Turizm	16
1.2 Turizm ve Sürdürülebilirlik	18
1.2.1 Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Gelişimi	18
1.2.2 Ekonomik Sürdürülebilirlik	23
1.2.3 Çevresel Sürdürülebilirlik	24
1.2.4 Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik	25
1.2.5 Sürdürülebilir Turizm	26
1.2.6 Sürdürülebilir Turizm Politikası	30

İKİNCİ BÖLÜM

KÜMELER, AĞLAR ve ANTALYATURİZM KÜMESİNİN SEKTÖREL ANALİZİ

2.1 Kümeler ve Ağlar	33
2.1.1 Kümeler ve İlişkili Kavramlar	33
2.1.2 Küme Girişimleri ve Küme Organizasyonları	39
2.1.3 Kümeler ve İnovasyon	43
2.2 Küme Politikaları ve Küme Performansı	44
2.2.1 Küme Geliştirme Politikaları	44
2.2.2 Türkiye’de Küme Politikaları	48
2.2.3 Kümelerin Faydaları	51

2.2.4	Türkiye’de Kümeler ve Ağlar	52
2.2.5	Küme Performansı	59
2.3	Antalya Turizm Kümesi	61
2.3.1	Antalya Turizm Kümesinin Gelişmişlik Performansı	61
2.3.2	Antalya İli Turistik Arz Verileri	68
2.3.3	Antalya İli İşgücü Piyasası	74
2.3.4	Antalya İli Turistik Talep Verileri	79

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ ve ANALİZLER

3.1	Araştırmanın Amacı ve Özgün Değer	82
3.2	Deneme Ölçeğinin Geliştirilmesi	83
3.2.1	Ölçülecek Özelliğin Tanımlanması	83
3.2.2	Deneme Ölçeğinin Düzenlenmesi ve Deneme Uygulaması	84
3.2.3	Deneme Uygulamasından Elde Edilen Verilerin Analizi ve Madde Seçme	86
3.3	Deneme Ölçeğinin Uygulanması	89
3.3.1	Evren ve Örneklem	89
3.3.2	Veri Toplama	91
3.4	Analizler	91
3.4.1	Faktör Analizi	91
3.4.2	Bulgular	97
	SONUÇ	99
	KAYNAKÇA	105
	EKLER	113
	EK 1-Anket Formu	113
	Ek 2- Doğrulayıcı Faktör Analizi	117
	ÖZGEÇMİŞ	118

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Turizmin Nüfus Üzerindeki Etkileri	8
Tablo 2.1 Küme Tipolojisi	37
Tablo 2.2 Kümelenme Politikası ve Program Yapısı	51
Tablo 2.3 Türkiye Bağlamında Kümelenme İle İlgili Kurumsal Yapılar.....	54
Tablo 2.4 2009 Nüfus Sayımı Verileri	62
Tablo 2.5 Antalya İli İlçe Bazında Karşılaştırmalı Sonuçlar.....	62
Tablo 2.6 2009 Yılı Sonuçlarına Göre Diğer İllerden Antalya İline En Çok Göç Veren İlk 10 Şehir.....	63
Tablo 2.7 Antalya İli Gelişmişlik Performansı.....	63
Tablo 2.8 Cari Fiyatlarla GSKD, 2006.....	65
Tablo 2.9 İstihdamın Sektörel Dağılımı (2004).....	66
Tablo 2.10 İstihdamın Sektörel Dağılım Pr. (2025)	66
Tablo 2.11 Antalya'daki Mavi Bayraklı Plajlar	69
Tablo 2.12 Antalya Ören Yeri ve Müze Ziyaretçi Sayısı	70
Tablo 2.13 Etkinlikler ve Festivaller	72
Tablo 2.14 Turizm İşletmeleri	74
Tablo 2.15 İŞKUR'a Kayıtlı İşgücü ve İşsizler-2009	77
Tablo 2.16 Yabancı Giriş Sayısı 2009.....	80
Tablo 2.17 Antalya'ya En Fazla Turist Gönderen Ülkeler 2009	81
Tablo 3.1 Deneme Ölçeği İstatistikleri.....	87
Tablo 3.2 KMO ve Bartlett Test.....	87
Tablo 3.3 Aday Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri.....	88
Tablo 3.4 Deneme Ölçeği Puanları Ortalamasının Beklenen Ortalamadan Farkının Test Edilmesi.....	89
Tablo 3.5 Araştırmanın Evreni	90
Tablo 3.6 Boyutların Varyansı Açıklama Oranı.....	92
Tablo 3.7 Ölçüm Modeli İçin Uyum Ölçüleri	93
Tablo 3.8 Değişkenler İçin Yapısal Eşitlikler	97

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Kalkınmışlık Farkının Etkileri.....	10
Şekil 2.1 Boston Hayat Bilimleri Kümesi: Aktörler ve Üyeler.....	36
Şekil 2.2 Kümenin Yaşam Döngüsü	38
Şekil 2.3 Küme Dinamiğinin Temel Özellikleri.....	47
Şekil 2.4 Türkiye’de Kümelenme Politikası: Bir Vizyon Senaryosu.....	50
Şekil 2.5 Kişi Başına Düşen GSYİH	65
Şekil 2.6 Gelen Yabancı Turist Sayısı.....	67
Şekil 2.7 Sınır İstatistikleri-2009.....	68
Şekil 2.8 Turizm Bakanlığı Onaylı Turistik Tesislerin Antalya Bölgesi Coğrafi Kümelerine Dağılımı	74
Şekil 2.9 Antalya’ya Gelen Yabancı Turistlerin Milliyet Dağılımı 2009	79
Şekil 2.10 Yabancı Turistlerin Türkiye’de Tercih Ettiği İlk 5 Bölge – 2008.....	80
Şekil 3.1 Araştırmanın Modeli ve Hipotezler.....	83
Şekil 3.2 Ölçek Puanlarına Ait Histogram	88
Şekil 3.3 Araştırma Modelinin Test Edilmesi	95
Şekil 3.4 T Değerleri	96

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADNKS	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
age.	Adı geçen eser
Ar-ge	Araştırma geliştirme
ATEKS	Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Kümelenme Derneği
BKA	Bölgesel Kalkınma Ajansları
BMKP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
çev.	Çeviren, çevirmen
Dr.	Doktor
drl.	Derleyen
dzl.	Düzenleyen
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GİDEM	Girişimci Destekleme Merkezi
GSKD	Gayrisafi Katma Değer
GSYİH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
İAM	İnovasyon Aktarım Merkezleri
İTKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MTK	Moda ve Tekstil Kümelenme Projesi
SEM	Structural Equation Modeling
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TGSD	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
UİG	Ulusal İnovasyon Girişimi
UİS	Ulusal İnovasyon Sistemi
UNDP	United Nations Development Programme
UNWTO	World Tourism Organisation
URAK	Uluslararası Rekabeti Geliştirme Kurumu
WTO	World Trade Organisation
YEM	Yapısal Eşitlik Modellemesi

ÖZET

Son yıllarda ağlar ve kümeler kavramı turizm sektöründe de incelenmeye başlanmıştır ve popülerliği giderek artmaktadır. Bu popülerlik doğal olarak Türkiye’de de yankı bulmaktadır. Örneğin Dokuzuncu Kalkınma Planı kümelenmelerin desteklenmesini içermekte ve 2009 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sisteminin 4 ana hedefinden birisi de sektörel kümelenmenin desteklenmesi olarak belirtilmektedir. Tüm dünyada uygulama alanı bulan kümelenmenin Türkiye’deki yansıması bunlarla sınırlı değildir. Kümelenme yaklaşımının Türkiye’de uygulanmasına yönelik olarak ilk önemli faaliyet, kümelenme yaklaşımını geliştiren Michael Porter’ın ekibi liderliğinde 1999 yılında başlatılan Türkiye’nin Rekabet Avantajı (Competitive Advantage of Turkey – CAT) platformudur. Platforma olan desteğin hem kamu hem de özel sektörde giderek artmasıyla birlikte, platformun kurumsallaştırılması fikri ortaya çıkmış ve 2004 yılında Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) kurulmuştur. Bunlara ek olarak, Dış Ticaret Müsteşarlığı da “Türkiye’de Kümelenme Politikalarının Geliştirilmesi” adı altında bir proje yürütmektedir. Türkiye için kümelenme politikasının geliştirilmesi projesi, DTM’nin yararlanıcı kuruluş olduğu, AB tarafından finanse edilen bir projedir.

Başta AB ülkeleri olmak üzere ülkelerin bölgesel ve ulusal gelişme bakımından üzerinde önemle durduğu kümeler farklı büyüklüklerdeki işletmeleri tedarik zinciri vasıtasıyla bir araya getirir ve işletmeler arasındaki karşılıklı bağımlılıklar kümenin bütünlüğünü sağlar. İyi geliştirilmiş bir küme içerisinde;

- Ortak müşteriler (hem işletmeler, hem bireyler);
- Ortak tedarikçi ve hizmet sağlayıcıları;
- Ulaşım, iletişim ve tesisler gibi ortak altyapı sistemleri;
- Yetenekli profesyoneller ve uzmanlaşmış işgören gibi insan kaynaklarından oluşan ortak havuz;
- Ortak öğretim eğitim ve çalışma tesisleri ve ortak işgören havuzu için yaklaşımlar;
- Ortak üniversite, araştırma merkezleri ve teknoloji kurumları;
- Ortak risk sermaye piyasaları

gibi ortak bağlantıların ve güçlü ilişkilerinin olması önem taşımaktadır. Bu tür bağlantıların sayısı ve ekonomik değerleri kümelerin rekabet güçlerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada yukarıda sayılan niteliksel küme performansı belirleyicilerinin ilişkisel analizi yapılmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın amacı Antalya Turizm Kümesi’nde yer alan aktörlerin kümenin ilişki bakımından performansına olan katkılarını ilişki ağları üzerinden analiz ederek, ilişkilerin

gücü ile yönünü tespit etmektir. Porter (1998) kümeyi, birbirine katma değer ekleyen, üretim zinciriyle bağlı bir ürün ya da hizmetin üretilmesi konusunda doğrudan veya dolaylı olarak etkin rol oynayan veya potansiyeli olan ilişkili ve bağımlı oyuncuların ortak bir coğrafyada yoğunlaşmaları şeklinde tanımlamaktadır. Bu nedenle araştırmada Antalya bölgesinde faaliyette bulunan turizm işletmelerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve üniversitenin bakış açısından algılanan küme performansı incelenecektir. Bu amaçla, Antalya Turizm Kümesi'nin özellikleri ve kurumsal çevre faktörleri tespit edilecek, kümenin güçlü ve zayıf yönleri çıkarılarak, kümenin ana aktörlerinin kümenin algılanan ilişki performansı üzerindeki etkileri incelenecektir. Elmas modelindeki öğeler (talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş yapısı ve rekabet, kaynaklar) arasında ilişki olduğu literatürde tanımlanmıştır. Bu proje öğeler arasındaki ilişkilerin gücünü, yönünü, doğrudan ve dolaylı etkilerini turizm kümesini oluşturan aktörlerin bakış açısından incelemeyi hedeflemektedir. Sonuçta bir öneri olarak elmas modeli üzerinden talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş yapısı ve rekabet, kaynaklar aktörlerinden ilişki yönünden en az desteklenmesi gerekenden en fazla desteklenmesi gerekene doğru bir sıralama yapılacaktır. Bu sayede Antalya Bölgesi Turizm Kümesi'nin sürdürülebilir rekabet avantajı için gerekli koşulların sağlanıp sağlanmadığı, bu koşulların sağlanması ve sürdürülebilmesi için makro, meso ve mikro düzeyde oluşturulması gereken turizm politikaları, yerel düzenlemeler, altyapı destekleri, işbirlikleri konularında öneriler sunmak amaçlanmıştır.

Araştırmada kullanılan soru formu literatüre dayanılarak geliştirilmiş, pilot çalışmayla sınırlanarak revize edilmiş ve 2020 kişiye uygulanmıştır. Porter'ın Elmas Modeli'nde yer alan beş boyuta (talep koşulları, faktör koşulları, ilgili ve destekleyici sektörler, iş ve rekabet yapısı, devlet) ek olarak performans boyutunun eklendiği ölçekte boyutlar arası ilişki yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla incelenmiştir. Sonuçta algılanan küme performansına en çok etki eden unsurları (talep koşulları, faktör koşulları, ilgili ve destekleyici sektörler, iş ve rekabet yapısı, devlet) ölçebilecek bir model tasarlanmaya çalışılmıştır.

SUMMARY

In recent years, the concept of networks and clusters has started to be examined in tourism sector, as well (Novelli et al., 2006) and its popularity has been increasing. Naturally, this popularity has also had a broad repercussion in Turkey. For instance, 9th Development Plan includes supporting clusters (DPT <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, 20.02.2011) and it has been described that one of the four main purposes of New Incentive System which took effect in 2009 is supporting sectorial cluster (Republic of Turkey Official Gazette, Date: 16.07.2009, Number: 227290, <http://www.resmigazete.gov.tr/default.aspx>, 10.02.2011). The reflections of this kind of cluster which is applied all over the world are not limited with these in Turkey. The first important activity in the application of cluster approach in Turkey is Competitive Advantage of Turkey (CAT) platform of Turkey which was commenced in 1999 in the leadership of Michael Porter's team who developed cluster approach. With the increasing support to the platform both in public and private sector, the idea of institutionalizing the platform came out and National Competitive Research Agency (URAK) was established in 2004 (<http://www.urak.org>, 10.09.2010). In addition to these, Undersecretariat of Foreign Trade is also carrying out a project which is called "Developing Cluster Policies in Turkey". The project of developing cluster policy for Turkey is funded by EU and Undersecretariat of Foreign Trade is the beneficiary institution (www.clusterturkey.com, 08.09.2010).

The clusters on which countries focus on, mainly EU countries, in terms of regional and national development (Novelli et al., 2006) bring different size enterprises together by means of supply chain and inter-dependencies among the enterprises form the integrity of the cluster (Van den Berg et al., 2001). It is pretty important for a well-developed cluster to possess the following mutual ties and strong relations (Erkuş-Öztürk, 2009);

- Common customers (both enterprises and individuals);
- Common suppliers and service providers;
- Common sub-structure systems such as transportation, communication and facilities;
- A common pool composing of human resources such as skillful professionals and specialized workers;
- Approaches for common teaching-training and working facilities and common workers pool;
- Common university, research centers and technology institutions;
- Common risk capital markets

Number and economic value of these kinds of ties are accepted as the indicator of clusters' competition powers (Helvacıoğlu-Kuyucu and Bulu, 2007). In this study, it is aimed to make relational analysis of qualitative cluster performance determinants which have been mentioned above (Sarvan et al., 2010).

The purpose of this study is to analyze the contributions of actors taking place in Antalya Tourism Cluster in terms of relations of the cluster to the performance through relation ties and to find out power and direction of the relations. Porter (1998) defines cluster as concentration of the actors on a common geography who provide added value to each other, who take active role directly or indirectly in manufacturing a product or service connected with production chain or who are potentially interrelated and dependent (Porter, 1998). Therefore, cluster performance will be examined from the viewpoint of tourism enterprises, non-governmental organizations and university which are active in the region of Antalya. For this purpose, features and institutional environment factors of Antalya Tourism Cluster is found out, strong and poor aspects of the cluster is determined and effects of the cluster's main actors on the perceived relation performance of the cluster is examined. The presence of a relationship among the elements in diamond model (demand conditions, factor conditions, State, university, work structure and competition, resources) is defined in the literature (Porter, 1999). This study aims at examining power, direction, direct and indirect effects of the relationships among the elements from the viewpoint of actors constituting tourism cluster. At the end, sequencing is made in terms of demand conditions, factor conditions, State, university, work structure and competition, resource actors from the least supportable to the most supportable through diamond model as a suggestion. By this means, it is aimed to present suggestions regarding whether Antalya Tourism Cluster provides necessary conditions for sustainable competitive advantage or not; macro, meso and micro tourism policies needed to be formed for providing and sustaining these conditions; local arrangements; sub-structural supports and cooperation.

The questionnaire form used in the study is developed by depending on the literature, revised after being tested through a pilot study and applied to 2020 individuals. In addition to five dimensions (demand conditions, factor conditions, related and supportive sectors, work and competition structure, State) taking place in Porter's Diamond Model, performance dimensions is added to the scale and the relation among dimension is examined through structural equations modeling. Consequently, it was aimed to develop a model which can measure which elements (demand conditions, factor conditions, related and supportive sectors, work and competition structure, State) has the biggest effect on perceived cluster performance.

ÖNSÖZ

Değerli Hocam, mentorum Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU'na katkıları, desteği ve yol gösterdiği için çok teşekkür ederim. Sadece bilim adamı kimliğiyle değil insani değerleriyle de beni etkilemiş ve bu çalışmanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kendisiyle tanıştığım ve çalışma fırsatı yakaladığım için çok şanslıyım.

Sevgili arkadaşım Ar.Gör. Onur DİRLİK'e danıştığım her zaman beni geri çevirmediği, eleştirileriyle yaptığı katkılardan ötürü teşekkür ediyorum. Son zamanlarda çok ama çok yoğun olmasına rağmen yardımlarını esirgememiştir.

Biricik eşim Volkan OTAMIŞ'a uzun bir yolculuk olan hayatta benimle beraber yürüdüğü için minnettarım. Ki bu yolculuk bazen insanı yıldırın derecede meşakkatli olmasına rağmen kendisi pes etmeme hiç izin vermemiş, sonsuz sabrını benimle cömertçe paylaşmıştır. Bu çalışma, henüz 10 ay önce minicik adımlarıyla yolculuğumuza eşlik etmeye başlayan tatlı kızım Dora'ya ve çok sevdiğim eşim Volkan'a ithaf olunur.

Pelin ARSEZEN OTAMIŞ

Antalya, 2013

GİRİŞ

Sanayileşme süreci ile birlikte, Avrupa ülkelerinin hızlı büyüme eğilimine girmeleri, bölgeler arası farklılıkları arttırmış, ikinci dünya savaşının yıkıcı etkileri ve teknolojik gelişmeler sonucu bölgelerarası farklılıklar daha da belirginleşmiştir. Bu durum Dünya ülkelerinde, kalkınma planlarının ve stratejilerinin oluşturulmasını zorunlu hale getirmiştir.

Ülkenin bütün olarak kalkınması için oluşturulan kalkınma stratejileri ve planları, zamanla küreselleşmenin de etkisiyle ekonomik, siyasi, kültürel ve toplumsal alanlarda kendisini hissettirmeye başlamıştır. Bölgesel ekonomiler, fiziksel ve ilişkisel değerlerden oluşan sinerji yüklü sistemler olduğu için giderek yoğunlaşan küreselleşme süreci, bu durumu daha da fazla körüklemektedir.

Günümüzde bölgeler sadece gelişmiş ekonomilerde değil, aynı zamanda dünyanın az gelişmiş ekonomilerinde de kalkınma sürecinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda kümeler, bölgesel kalkınmanın önemli bir aracı olarak görülmekte ve kümelenmenin bölgesel kalkınmada oynayabileceği roller üstünde daha çok durulmaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kümelenme konusuna ve kümelenme politikalarına ilişkin sürekli ve güçlü bir ilgi söz konusudur. Kümelenme politikaları giderek rekabet edebilirliğin canlandırılması ve küresel rekabetin olumsuz etkilerine karşı konulması için kullanılacak başlıca politikalardan birisi olarak algılanmaktadır. Özünde kümelenme politikası, kümelerin verimliliği, yenilikçiliği, rekabet edebilirliği ile kümeler içerisindeki işletmelerde istihdamı artıracağı görüşü üzerine kurulmuştur.

Bölgesel kümeler hem akademisyenler hem politika yapıcılar tarafından son 20-30 yıllık dönemde batıda artan bir ilgiyle karşılaşmıştır. Özellikle 1970'lerde ve 1980'lerde hem geleneksel ürünler hem ileri teknoloji ürünleri için dünya pazarında güçlü konuma sahip kümeler kurulmuştur. Üçüncü İtalya (Third Italy) endüstriyel bölgesi ve Silikon Vadisi (Silicon Valley) buna örnek olarak verilebilir.

İtalya'nın kuzeybatı bölgelerinde genelde ülke ortalamasının da üzerinde sayılabilecek büyüklükte firmalar bulunur ve bu firmalar Ar-ge yoluyla yeni teknolojiler üretme gücüne sahiptir. Üçüncü İtalya bölgeleri ise var olan üretim süreçlerinin geliştirilmesi yoluyla yenilik üretebilen ve genelde geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren küçük işletmeleri kapsar. Ayrıca bu bölgenin özelliği, İtalya'daki diğer endüstriyel bölgeler ile karşılaştırıldığında, küçük ölçekli işletmelerin kendi aralarındaki, bu işletmeler ile yerel toplum arasındaki karmaşık ve ileri düzeydeki ilişkilere dayanmasıdır. Bölgede ekonomik işbirliğinin yanı sıra kurumsal ve politik işbirliğinin varlığı dikkati çekmektedir. Her alanda görülen işbirliği kültürü bu bölgeyi İtalya'nın diğer bölgelerinden ayırır.

Nitekim 1970'lerin başlarında üretimin adem-i merkezîyetçi bir yapıya dönüşmesi eğilimleri baş gösterdiğinde büyük ölçekli ve kitle üretim modeline yöneltilen eleştiriler artmaya başlamıştır. Bu bağlamda Üçüncü İtalya, pek çok girişimci ve işgücü tarafından bu bölgedeki küçük ölçekli üreticiler arasında gelişme kaydeden işbirliği ilişkileri ve esnek uygulamalar nedeniyle tercih edilir olmuştur. Yerel üretim sistemleri, bu nedenle Üçüncü İtalya'daki bölgesel kalkınma modelinin odak noktasını oluşturur. Yerel üretim sistemleri genelde bölgesel kaynaklara dayanarak sadece bir ürün üzerinde odaklanır ve bir bölgedeki insanların tarihi ve değerlerini dikkate alan belli bir iş/işletme grubunu niteler. Endüstriyel bölgenin sınırını genelde sosyal sistemin nisbi homojenliği ve firmalar arasındaki bağlantılar belirler (Ferri ve White, 1999, s.99).

Bölgesel kalkınmada oldukça başarılı bir örnek model olarak kabul edilen California'nın Silikon Vadisi her yıl dünyanın pek çok ülkesinden yatırımcıları cezbetmektedir. Bölgesel kalkınma teorisyenleri, dünyanın en yenilikçi ve en zengin bölgesel ekonomisine sahip olmaya aday bu bölgenin niteliklerini belirlemeye yönelik araştırmalar yapmaktadır. Bölgesel politika yapıcılar ise, teorisyenlerin bulgularını destekleyebilmek için bölgeyi ziyaret etmekte, kendi bölgelerinde uygulayabilmek için buradaki yenilik odaklı kalkınma anlayışını anlamaya çalışmaktadır (Çetin, 2006).

Kümelenme araştırmalarının temellerini Adam Smith (1776) ve Alfred Marshall'ın (1890) çalışmalarının attığı kabul görmektedir. Adam Smith'in işbölümünün kentlerin gelişimine faydaları üzerine analizleri ve Marshall'ın "İktisatın İlkeleri" kitabında benzer firmaların neden yakın konumlar seçtikleri üzerine analizleri birçok iktisat ve yönetim düşünürüne yoğunlaşmanın dinamiklerini araştırma ilhamı vermiştir (McCann ve Folta, 2008). 50 yıldan beridir yazınla ilgili yoğunluklu çalışmaların yapıldığı söylenebilir. Ancak konuya ilginin dönüm noktası olarak Michael Porter (1990) kabul edilmektedir. Porter'a göre küresel bir ekonomide rekabet avantajı sağlayıp korumak coğrafi olarak uzaktaki rakiplerin ulaşamayacağı yerel faktörlere (bilgi, ilişkiler, motivasyon) bağlı olarak oluşmaktadır. Porter'ın kümelenme çalışması yayınlandıktan sonra birçok araştırmacı tarafından takip edilmiştir. Günümüzde bilimsel dergiler kümelenme konusuna sıklıkla yer vermekte ve konuyla ilgili pek çok makale yayınlanmaktadır (Jackson ve Murphy, 2006).

Son zamanlarda küresel ekonomi kavramı bağlamında kümelerin uluslararası görünüşü araştırmacılar ve politikacılar için daha dikkat çekici olmuştur. Böylece kümeler küresel bilgi akışı için yerel ağlar ve geniş ölçüde inovatif etkin noktalar olarak anlaşılabilirliği artmıştır. Yapılan çalışmalar kümelerin artmasının ve geliştirilmesinin gerek işletmeler gerekse bölgeler için rekabet gücünü arttırdığını ortaya koymaktadır. İşletme seviyesinde daha rekabetçi olmanın sonucu sürdürülebilir bölgesel ekonomik kalkındır. Bundan dolayı politika

yapıcılar tüm yönetsel seviyelerde küme kavramını rekabetçiliği destekleyen bir kavram olarak içselleştirmişlerdir (Keskin ve Dulupçu, 2010).

Bu çalışmanın amacı sektörel bazda Antalya Turizm Kümesi bağlamında Elmas Modeli unsurlarının kümenin algılanan performansına olan katkılarını ilişki ağları üzerinden analiz ederek, ilişkilerin gücü ile yönünü tespit etmektir. Bu amaçla, Antalya Turizm Kümesi'nin genel olarak özellikleri ve tipolojisi de çıkarılmıştır.

Porter (1998) kümeyi, birbirine katma değer ekleyen, üretim zinciriyle bağlı bir ürün ya da hizmetin üretilmesi konusunda doğrudan veya dolaylı olarak etkin rol oynayan veya potansiyeli olan ilişkili ve bağımlı oyuncuların ortak bir coğrafyada yoğunlaşmaları şeklinde tanımlamaktadır. Kümelenme oluşumlarının gelişmesinde firmalar temel aktör olarak rol alırken, devlet (kamu kurum ve kuruluşları) üniversiteler, destekleyici kuruluşlar (finansman kuruluşları, iş hizmet organizasyonları), yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri bu sürecin içerisinde rol alan diğer aktörlerdendir. Bu nedenle araştırmada Antalya bölgesinde faaliyette bulunan turizm işletmelerinin bakış açısından algılanan küme performansı incelenmiştir.

Elmas Modeli'ndeki ögeler (talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş yapısı ve rekabet, kaynaklar) arasında ilişki olduğu literatürde tanımlanmıştır (Porter, 1999). Bu çalışma ögeler arasındaki ilişkilerin gücünü, yönünü, doğrudan ve dolaylı etkilerini incelemeyi hedeflemektedir. Sonuçta bir öneri olarak Elmas Modeli üzerinden talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş yapısı ve rekabet, kaynaklarının ilişki yönünden en az desteklenmesi gerekenden en fazla desteklenmesi gerekene doğru bir sıralaması yapılmıştır. Bu sayede Antalya Bölgesi Turizm Kümesi'nin sürdürülebilir rekabet avantajı için gerekli koşulları sağlayıp sağlayamadığı, bu koşulların sağlanması ve sürdürülebilmesi için makro, meso ve mikro düzeyde oluşturulması gereken turizm politikaları, yerel düzenlemeler, altyapı destekleri, işbirlikleri konularında öneriler sunmak amaçlanmıştır. Araştırma bulguları turizm ve stratejik yönetim alanında oldukça güncel çalışmalara konu olmaya devam eden kümelenme, ağ ilişkileri yazınındaki güncel tartışmalara katkıda bulunabilecektir.

Çalışmanın kapsamı Antalya turizm kümesinde faaliyet gösteren işletmelerin, kurum ve kuruluşların profilini ilişki yönelimli bakış açısıyla çıkarmak üzere, varlıklar ve yetenekler olarak iki grupta toplanabilecek olan belirli kaynaklarla işletmede sürdürülebilir rekabet avantajı yaratılacağı varsayımına dayanan kaynak temelli yaklaşım çerçevesinde, ağ yaklaşımı kavramını kullanacak şekilde tasarlanmıştır.

Araştırmanın en önemli esin kaynağı kümelenme araştırmalarının ortaya koyduğu, küme içi ve küme dışı ilişki ağlarının yapısının (sayısı ve bağlantı gücü) kümenin algılanan performansı üzerindeki etkileridir. Daha önceki kümelenme çalışmaları küme içi iletişim ağlarının örgütlerin ortaklaşa rekabetçiliklerinin yükselmesi üzerindeki etkilerini vurgularken

daha güncel çalışmaların küme dışı ve özellikle küresel bağlantıların hayati önemini kanıtlayan bulgulara ulaşması, kümelenme politikalarını derinden etkileme potansiyeli göstermektedir.

Son yirmi yıldır tüm dünyada endüstri kümelenmelerine gösterilen aşırı ilgi ve hükümetler düzeyinde kümelenmeleri destekleyici politikaların doğru yönlendirilmesi açısından kümelenme dinamiklerinin çok daha iyi anlaşılması zorunlu görülmektedir. Mart 2007’de bir AB projesi olarak Merkezi Finans ve İhale Birimi tarafından desteklenen Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi çerçevesinde Türkiye’nin kümelenme haritası çıkarılmış, bu çalışmada Türkiye’nin küresel rekabetçilik açısından bir rol ayırımında bulunduğu tespit edilerek doğru kümelenme politikalarına olan ihtiyaç vurgulanmıştır (www.clusterturkey.com, 2011).

Türkiye için çok önemli bir sektör olan turizm sektörünün kümelenme politikaları gerek akademik çalışmalarla gerek özel sektör çalışmalarıyla adım adım oluşturulmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2008). Başta AB ülkeleri bu politikaları oluşturma yolunda önemli adımlar atmışlardır (Novelli vd., 2006). Örneğin bu amaçlarla benzer bir proje 2003 yılı Kasım ayında Bulgaristan’da “Establishment of a Cluster Tourism in Smolyan District” adıyla başlatılmıştır. Katılımcıların desteğiyle oluşturulan turizm kümesi Smolyan Bölgesi’nin rekabet gücünün artırılmasına katkıda bulunmuştur. Proje başka küme uygulamalarının en iyi örneklerini transfer etmiştir. Proje kapsamında belirlenen misyon, vizyon ve amaçlar doğrultusunda küme kurumsallaşarak bir şube ve başvuru noktası olarak faaliyetine devam etmektedir (www.clusterbg.net, 2010). Bu ve bunun gibi proje ve çalışmalar, literatürde hizmet sektöründeki kümelerin sürdürülebilirlik ve rekabetçilik bakımından katkılarının ölçülüp değerlendirilmesine ilişkin önemli bir açığı kapatacaktır (Bulu ve Eraslan, 2008; Novelli vd., 2006).

Turizmin yerel kalkınmaya etkisini açıklayan kuramsal parametreler ve kavramsal modeller bazı boşluklar içermekte duruma göre bazı alanlarda yetersiz kalmaktadırlar (Bernini, 2009). Bu boşluğu doldurmak amacıyla turizm kümeleri kavramına dayanan ve turizm ürününün veya ürünler dizesinin ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel anlamda rekabetçilik ve sürdürülebilirlik üzerine etkilerini ele alınan bölge için değerlendiren ve Porter’ın Elmas Modeli’nin temel olduğu araştırmacı tarafından turizm kümesine uyarlanarak tasarlanan model test edilmiştir.

Kavram ve tipoloji, ilişki ve performans kavramlarına ve Porter’ın Elmas Modeli (1999) rekabet avantajları tanımlarına dayanılarak uyarlanmıştır. Bu model aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel politik boyutlarda kullanılabilmiştir. Bununla beraber turizm kümesinin tüm aktörleri arasındaki ilişkiler ve farklı seviyelerdeki rekabet (meta, makro,

meso ve mikro) faktörleri, sürdürülebilirlik (ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel, politik ve kurumsal) bağlamında diğer turizm küme tipleri için ve hatta bölgesel ve zamansal karşılaştırmalarda kullanılabilir. Dolayısıyla, araştırma kapsamında bulunan Antalya Bölgesi Turizm Kümesi halen ulusal kümelenme politikaları çerçevelerinde dikkat çeken bir bölgedir (Erkuş-Öztürk, 2009).

Bu görüşlerden hareketle, Antalya Bölgesi turizm endüstrisinde yer alan aktörlerin rekabetçiliği açısından çok önemli görülen hem ilişki ağlarının yapısı, hem içinde yerleşik bulunduğu kümenin gelişmişlik derecesi ve kurumsal çevresi ile ilişkilendirilmesi endüstriyel kümelerde performans olgusuna pek çok yönden açıklık getirebilmektedir. Araştırmacı tarafından çalışmanın amaçlarına uygun olarak geliştirilen tam yapılandırılmış bir soru formu ile Antalya Bölgesi Turizm Kümesi'nin algılanan performansı üzerinde etkili olan genel faktörler belirlenmeye çalışılmıştır.

Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus, belli bir bölgede kümelerin varlığını tespit etmek ve başarısını değerlendirmek amacıyla kullanılan çok sayıda analitik teknik ve ölçüm bulunmakla birlikte (uzman görüşü, coğrafi konum katsayısı, küme gücü endeksi, şebeke analizi, girdi-çıkıtı ölçüleri ve Porter'ın Elmas Modeli bunlardan bazılarıdır) (Sarvan v.d., 2010) mevcut çalışmada araştırma evreni içine dahil edilen Antalya Bölgesi'nde bir turizm kümesinin mevcudiyetinin kanıtlanması yoluna gidilmeyecek olmasıdır. Kümelenme kuramının analitik kavramlarından ve Porter'ın Elmas Modeli'nden yararlanabilmek için o bölgede turizm kümesi olduğu varsayılmış, ancak o kümelenmenin performansını tespit edebilmek için gözlemler ve doküman incelemeleriyle küme özellikleri belirlenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, EKONOMİK KALKINMA ve TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1 Turizm ve Ekonomik Kalkınma

Bu bölümde turizm sektörünün bölge ve ülke ekonomisine katkıları çeşitli açılardan ele alınarak aktarılmıştır.

1.1.1 Turizmin Ekonomiye Katkısı

Turizm sektörünün özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri, sektörün önemini daha da artırmaktadır. Ülke ekonomilerinin karşılaştığı gerek ulusal gerekse uluslararası ekonomik sorunların, krizlerin ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve esnek yapısıyla önemli rol oynamaktadır. Turizmin olumlu ekonomik etkileri; ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi, yurtiçinde ithalat etkisi, işgücü çarpanı etkisi, ihracat ve gelir dağılımını düzenleyici etkisi, istihdam artışı ve yeni iş olanakları yaratması, ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, hayat standardının ve kalitesinin yükseltilmesi şeklinde sıralanabilir (Kar vd., 2004: 89; Tavmergen, 1998: 54).

Turizm gelirleri, ülkeler için kayda değer miktarlarda döviz girdisi sağlamaktadır. Turizmin sağladığı döviz hareketliliği ülkelerin ödemeler dengesini etkilemektedir. Döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler turizm sektörüne fırsat gözüyle bakmaktadır (Kar vd., 2004: 89). Bu sebeple ülkelerin ödemeler dengesi fazla verse veya açık verse bile turizm çeşitli seviyelerde teşvik edilmektedir (Özen, 2006).

Turizm sektörü pek çok başka sektörle etkileşimde olduğundan, turizm gelirleri diğer mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Yani turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizm sektörüne değil, diğer sektörlere de gelir sağlamaktadır (Kar vd., 2004, s.90). Ayrıca artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımların, gerek turizm sektörünün gerekse bu sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faaliyetlerinin gelirlerinin artmasına katkıda bulunduğu bilinmektedir. Dolayısıyla turizm harcamaları, çarpan mekanizması ile katlanarak artan bir gelir yaratılmasına olanak sağlamaktadır (Opuş, 2001, s.40).

Turist harcamalarındaki artış, turizm alanındaki iş kapasitenin artmasına, yeni iş alanları yaratmasına ve dolayısıyla istihdamın artmasına yol açmaktadır. Bu durum sadece turizm sektöründe değil bu sektörle bağlantılı konaklama, yiyecek-içecek, seyahat-ulaştırma ve rekreasyon alanlarında doğrudan, eğitim, finans, tarım, inşaat ve sanayi gibi diğer sektörlerde

ve yan sektörlerde ise dolaylı olarak iş olanakları ve istihdam fırsatları yaratmaktadır (Tavmergen, 1998, s.60).

Ev sahibi ülkede üretilen bazı tarım ve sanayi ürünleri, tatillerini ülkede geçiren turistlere ihraç fiyatlarından daha yüksek bir fiyat ile satılabilmektedir. Özellikle yiyecek-içecek ve hediyelik eşya türünden ürünler kalite üstünlüğüne sahipse, tatil yörelerinde turistlerden önemli sayıda alıcı bulmaktadır (Tavmergen, 1998, s.58). Bu durum başta ev sahibi destinasyondaki ekonomiye ve ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlamaktadır.

Turizmle ilgili birçok iş küçük çapta bir işletmecilikle sınırlı kalmaktadır. Turizmin yerel işletmelerle kurduğu ilişki ekonomide oluşan sızıntının azalması, potansiyel gelirin ve iş sahalarının değerlendirilmesi açısından önemlidir (Tavmergen, 1998, s.62). Turizmin geliştiği bölgelerde, ulaşım olanakları ile altyapı hizmetlerinin artması ve yeni iş sahalarının açılması bölgedeki hayat standartlarının seviyesini olumlu olarak etkilemektedir.

1.1.2 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizmin toplumların yaşam biçimleri ve geleneklerine de ekonomik etkileri kadar önemli etkileri olduğu çeşitli çalışmalarda vurgulanmıştır. Turizm, toplumların dünya görüşlerine, anlayışlarına, diğer toplumlarla ilişkilerine etki eden sosyal ve kültürel bir olaydır (Tayfun, 2002).

Ratz'a göre (2000, s.6-7) turizmin sosyo kültürel etkileri, temel olarak turizm endüstrisinin gelişimi veya turistlerin varlığının (ve turist yerli ilişkisinin niteliği) bir neticesidir. Aşağıdaki Tablo 1.1 turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin kapsamlı bir listesini içermektedir.

Tablo 1.1 Turizmin Nüfus Üzerindeki Etkileri

Turizmin Nüfus Üzerindeki Etkileri	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Nüfus artışı	Nüfus artışına bağlı işsizlik artışı
Demografik özelliklerdeki çeşitliliğin artması ve sosyal hayata katılımları (yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim v.b.)	Demografik çeşitliliğe sahip nüfusun sosyal hayata katılamaması
Nüfus artışına bağlı şehirleşme oranının yükselmesi	Şehirleşmenin nüfus artışı yanında yetersiz kalması
Turizmin İşgücü Piyasasına Etkileri	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Yeni iş alanlarının artışı	Mevsimlik ve geçici iş alanları
Nitelik gerektiren işlerin artışıyla işgücünün niteliğinin artması	Niteliksiz iş çeşitlerinde ve niteliksiz işgücünde artış
İktisadi çeşitlenme	İktisadi eşitsizlik artışı
İşgücü için eğitim ve deneyim olanaklarının artması	İşgücü devir hızının yüksek olması
Turizmin Toplumsal Yapıya Etkileri	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Hizmet sektörünün öneminin artması	Geçici oturanların sayısının artışı ve bunların toplumsal anlamda bağlılıklarının düşük olması (yazlık konut sahipleri gibi)
Sosyal, kültürel etkinliklerin artışı	Suç oranlarının ve suçlu sayısının artışı
Altyapının gelişmesi	Fiyat ve vergi artışı
Kültürel çeşitliliğin artması	Kültürel kimlik kaybı
Yerli halkın özgüveninde artış	Dini çatışma (yerli halk ve turistlerin farklı dinlerden olmalarının yarattığı sorunlar gibi)
Önyargıların azalması, hoşgörü artışı	Turizme aşırı bağlılık
İnşaat sektörünün gelişmesi	İnşaatların artması sebebiyle tarımın olumsuz etkilenmesi
Alış veriş ve ticaret olanaklarının artması	Kalabalıklaşma, trafik gibi sorunlarda artış
Sosyal katmanlaşmanın değişimi	Sosyal katmanlaşmanın değişimi
Turizmin Birey ve Aile Üzerindeki Etkileri	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Sosyal hareketlilik artışı	Sosyal ağların bozulması
Yeni kişilerle tanışma, daha geniş sosyal ilişkiler	Sosyal destek sistemlerinin zayıflaması
Yaşam kalitesinde artış	Artan suça bağlı tehlike algısında artış
Dil becerileri	Yerel dilin baskılanıp bozulması
Turizmden gelir	Ticarileşmiş konukseverlik
Çalışma, nezaket, görgüde tutum gelişimi	Yabancı düşmanlığı
	Sapkın davranışlarda artış (alkolizm, fuhuş, kumar, uyuşturucu kullanımı, ...)
Aile yapısında değişiklik	Aile yapısında değişiklik
Tüketici alışkanlıklarında değişiklik	Tüketici alışkanlıklarında değişiklik
Barınma koşullarında değişiklik	Barınma koşullarında değişiklik
Davranış değişikliği	Davranış değişikliği
Turizmin Kültürel ve Doğal Kaynaklar Üzerindeki Etkisi	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Ender kaynakların korunması	Yerel gelenek ve göreneklerin yok olması
Yerel sanat, el işi ve kültürel olayların canlanması	Kültürün ticarileşmesi
Mimari geleneklerin canlanması	Çevre kirliliğinin artması

Kaynak: Ratz 'dan (2000, s.6-7) uyarlanmıştır.

Usta'ya (2008, s.6) göre turizmin ev sahibi ülkedeki başlıca sosyal etkileri şu şekilde sıralanabilir:

- Turizm sosyal yapı değişikliklerine neden olmaktadır.
- Turizm toplumun değer yargılarını değiştirmektedir.
- Turizm kültürel çevrede değişimlere neden olmaktadır.

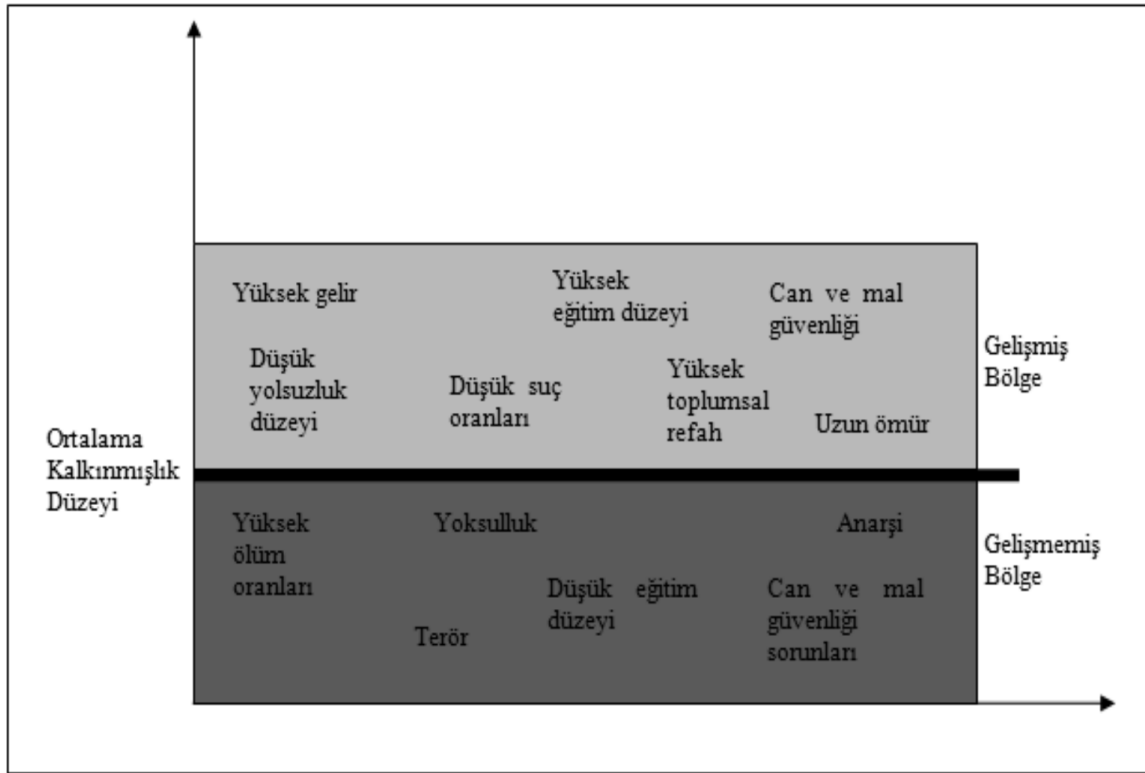
- Turizm halkın gelenek ve göreneklerini etkilemektedir.
- Turistler de benzeri etkileri ve değişimleri yaşamaktadır.

1.1.3 Bölgeler Arası Kalkınmışlık Farkları ve Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

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, s.34).

Kalkınma ve bağlamında az gelişmişlik kavramının iktisat bilimine ve buradan günlük konuşma diline girmesi II. Dünya Savaşı sonrasında rastlamaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında soğuk savaşın gerilimli ortamında yaygın bir kullanıma ulaşan kalkınma kavramı, 1945 sonrası dünyanın özgül boyutlarından birisidir. Kalkınma/Gelişme soğuk savaş rüzgârlarının estiği dönemlerde gündeme gelen bir söylemdir. Savaş sonrası dönemin özgül koşulları ekonomik kalkınmayı ve beraberinde getireceği varsayılan çağdaşlaşmayı, toplumların özellikle Üçüncü Dünya Ülkelerinin ilk sırada yer alan hedef ve beklentileri konumuna sokmuştur. Bu dönemde dünya genelinde çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye de ekonomik bunalım ve savaştan büyük ölçüde olumsuz etkilenen ekonomisini geliştirmek için yoğun bir kalkınma sürecine girmiştir (Molitor, 2004).

Bölgeler ve ülkeler arasındaki kalkınmışlık düzeyleri arasındaki farkların çeşitli sebeplerden kaynaklandığı pek çok araştırmacı tarafından ortaya konulmuştur. Bu sebeplerin başlıcaları nitelikli işgücü eksikliği, doğal kaynak yetersizliği, coğrafi koşulların elverişsiz olması, alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz oluşu, enerji kaynaklarına ve pazara yakın olmama vb. faktörlerdir (Molitor, 2004). Kalkınmışlık düzeyinin ne kadar olması gerektiği bölgeden bölgeye ülkeden ülkeye değişmektedir. Belirlenen ortalama kalkınmışlık düzeyinin üstünde kalan bölgelerle altında kalan bölgeler arasındaki farklar Şekil 1.1'de gösterilmiştir:



Şekil 1.1 Kalkınmışlık Farkının Etkileri

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Şekil 1.1'de görüldüğü gibi kabul edilebilir düzeyde kalkınmamış bir bölgede pek çok olumsuz sonuçla karşılaşmaktadır. Bu sebeple söz konusu sorunların en aza indirilmesinde uluslararası ve ulusal kuruluşlar birtakım faaliyetler göstermektedirler. Bu çalışmalarda temel amaç, geri kalmış bölgelerin kalkındırılması, bölgelerin küresel rekabet gücünün artırılması, merkezi politikaların yerine özel sektörün başrolü oynadığı bir piyasa mekanizmasının oluşturulması şeklinde sıralanabilir (Çetin, 2006).

Cumhuriyet tarihi boyunca, Türkiye'de, birçok ulusal kalkınma planı hazırlanmış, bu planlar çerçevesinde ülkenin kalkınma politikaları ve rotası belirlenmeye çalışılmıştır. Hazırlanan bu planların en sonuncusu 2007-2013 yıllarını kapsamaktadır. Bu planın vizyonu daha önce de bahsedildiği üzere "İstikrar içinde büyüyen, gelirini daha âdil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen, AB'ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye" görüşünü temel almaktadır. Bölgesel kalkınmanın sağlanması bu planın stratejik amaçlarından biri olarak belirlenmiştir. Söz konusu amaca ulaşabilmek için; bölgesel kalkınma politikalarının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi, yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişmenin sağlanması, yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılması ve son olarak kırsal kesimde kalkınmanın sağlanması gerektiğine vurgu yapılmıştır. Özellikle bölgesel kalkınma için, gelişme potansiyeli yüksek şehirlerde firmalar ve üniversitelerin

birlikte çalışmalarını sağlayacak ortamların oluşturulmasına yönelik yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve bilgiye erişimin kolaylaşması hususlarına değinilmiştir (Çeken, 2008).

Ulusal kalkınma planındaki bölgesel kalkınma anlayışıyla paralel olan günümüzdeki bölgesel kalkınma çalışmaları, bölgeler arasındaki farklılıkları azaltmanın yanı sıra, kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyonu ve dayanışmayı artıracak, bilginin sektörler arasındaki yayılımını kolaylaştıracak, ar-ge çalışmalarının artmasını ve rekabetin sürükleyicilerinden biri olan inovasyon süreçlerinin hızlanmasını sağlayacak faaliyetler üzerine yoğunlaşmıştır (Çetin, 2006).

Benzer olarak akademisyenler başta olmak üzere bölgesel kalkınma ile uğraşan birçok kesim bölgesel kalkınmada endüstriyel bölgeler, kümelenme, teknoparklar, öğrenen bölgeler, bölgesel inovasyon sistemleri ve bilgiyi ortaya çıkaran ar-ge faaliyetlerinin etkinliğine dikkati çekmişlerdir. Bu amaçlara hizmet etmesi amacıyla ülkemizde kurulan Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), Ulusal İnovasyon Girişimi (UİG), Ulusal İnovasyon Sistemi (UIS) ve İnovasyon Aktarım Merkezleri (İAM) bu kapsamdaki girişimlere örnek gösterilebilir (Çetin, 2006).

1980 sonrası dönemde modern ekonominin temelinde öğrenme ve bilgi birikiminin olduğu anlaşılmıştır. Bölgesel ekonomik kalkınma için kümelenmenin, öğrenmenin ve bilgi birikiminin önemini farkına varılmış olunmasını takiben kümelenme politikaları bölgesel kalkınma politikalarının önemli bir unsuru olmaya başlamıştır (Çetin, 2006).

Makroekonomik açıdan bölgeler; homojen, polarize ve plan bölgeler olarak sınıflandırılırken, gelişmişlik açısından, az gelişmiş ve gelişmiş bölge şeklinde ayrıma tabii tutulabilir. Homojen bölge, aynı gelişmişlik düzeyine sahip komşu illerin oluşturduğu bölge iken, plan bölge, bölgesel politika uygulamakla görevli yönetimin yetki alanı içinde kalan alan veya bölge planının uygulandığı alanlar bütünüdür (Çetin, 2006). Az gelişmiş bölge, bir ülkede belli bir zaman diliminde bazı sosyoekonomik faktörler bakımından başka bölgeler ile karşılaştırıldığında sosyoekonomik avantajlara sahip olmayan bölge olarak tanımlanabilirken, gelişmiş bölge ülkenin diğer bölgelerine göre sosyal ve ekonomik açıdan daha ileride, eğitim ve sağlık hizmetleri bakımından ülke ortalamasının üzerinde olan bölgedir (Gündüz, 2006, s.1-14).

Bir yerleşim merkezi, kendisinden daha küçük bir ya da birkaç yerleşim merkezini etki alanına alıyorsa bu yerleşim merkezi ile etki alanının oluşturduğu bölgeye polarize bölge denmektedir. İktisadi açıdan bölge ise, ne şehir kadar küçük, ne de ülke kadar büyük olmayan alan olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bir bölgenin kendine özgü sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri olmalıdır. Bütün bu özellikler dikkate alındığında bölge kavramının tanımı yeniden şekillendirilebilir. Bölge, şehirden büyük fakat ülke topraklarının bütününden daha küçük

olan, kendine özgü sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklere sahip ülke parçasıdır (akt. Işık vd., 2010, s.5-6).

Kalkınma, herkesin temel hak ve sağlık, adalet, güvenlik, istihdam ve eğitim hizmetlerine ve bilgi kaynaklarına kolayca ulaşabildiği, piyasa koşullarının âdil 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 (akt. Açıkalin ve Saltık, 2007, s.8).

Rostow (1966) ülkelerin kalkınma süreçlerini tamamlamadan önce çeşitli aşamalardan geçmesi gerektiğini belirterek, kalkınmanın beş aşaması olduğuna değinmektedir. Bu aşamalar sırasıyla; geleneksel toplum, geçiş, kalkış, olgunluk aşaması ve kitlesel tüketim çağıdır. Olgunluk aşaması, büyük ölçüde yatırımlar tarafından karakterize edilmektedir. Ekonomik ve teknik ilerlemeler bu aşamayı domine etmektedir. Elektrik, sağlık endüstrisi ve makine mühendisliği gibi teknik endüstriler bu aşamada ortaya çıkmıştır. Bu aşama yaklaşık olarak kalkış (geçiş) aşamasından 60 yıl sonra başlar. Avrupa'da bu aşama 1900'lü yıllarda başlamıştır. Son aşama olan kitlesel tüketim çağında ise insanlar artık refah seviyelerini maksimum düzeye ulaştırmışlardır ve her şey boldur. İnsanlar seçim yaparlarken birçok alternatife sahiptirler ve kişisel gelir yüksek olduğu için istedikleri mal ve hizmeti tüketebilirler (akt. Çetin, 2006).

Rostow'a (1966) göre batı bugün bu kategoride yer almaktadır (Mallick, 2005, s.5-7). Bugün Türkiye'nin de içinde bulunduğu çoğu ülke AB'ye üye olan gelişmiş ülkelerin refah seviyesine ulaşmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda AB'ye uyum sürecinde Türkiye'nin kalkınma planlarında öncelik refah seviyesinin artırılmasına verilmiştir. Politika yapıcılar ve araştırmacılar, refah seviyesinin artırılmasının, makroekonomik göstergelerde iyileşmenin sağlanması, ar-ge, inovasyon, bilim ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi, eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik sistemlerinin geliştirilmesi, bölgesel ve kırsal gelişmenin sağlanması, gelir dağılımının iyileştirilmesi ve kayıt dışılığın azaltılması gibi temel politika hedeflerine bağlı olduğunu savunmaktadır. Bölgesel kalkınma, insan kaynaklarının, ekonomik ve toplumsal potansiyellerin harekete geçirilmesi yoluyla bölge refahının yükseltilmesini amaçlayan çalışmalar bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Çetin, 2006).

Bölgesel kalkınma, bölge içi gelişme potansiyelini harekete geçiren, bölge dışından da sermaye, bilgi ve girişimcilik yeteneğini bölgeye taşıyan bir kavramdır (Ildırar, 2004, s.16). Bir diğer tanıma göre bölgesel kalkınma, sanayileşmenin belli bölgelerde yoğunlaşması sonucu ortaya çıkan eşitsizliği ortadan kaldırmak amacıyla geri kalmış bölgelerin

sanayileşmesini sağlayarak gelişmiş bölgelerin seviyesine ulaşması ve ülke içinde âdil bir refah dağılımının sağlanmasıdır. Bir ülkenin kalkınması bölgesel kalkınma ile yakından ilişkilidir. Zira bir ülkeyi oluşturan bölgelerin kalkınması aynı zamanda o ülkenin de kalkınması anlamına gelmektedir. İktisadi kalkınmanın belli bir bölgede başlayabilmesi için; bu bölgenin zengin yer altı kaynaklarına sahip olması, yeni bir buluş, bölgenin bulunduğu coğrafi konum vb. sebeplerin biri veya birkaçının bir arada bulunması gerekir (Arslan, 2005, s.278).

Bir ülkenin kalkınması açısından değerlendirildiğinde bölgesel kalkınmanın, kaynak dağılımında etkin olmak ve gelir dağılımında sosyal adaleti sağlamak gibi iki temel amacı olduğu bilinmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde gelir dağılımında sosyal adalete, gelişmiş ülkelerde ise kaynak dağılımında etkinliğe önem verilmektedir. Ulusal kalkınmada bölgesel kalkınmanın önemi, toplam nüfus içinde tarım sektöründe istihdam edilenlerin sayısının düşürülmesi, kişi başına düşen gelirin yükseltilmesi, tasarrufların artırılması ve bunların yatırımlara aktarılmasıdır (Gündüz, 2006, s.154).

Günümüzde kalkınma hamlelerinin sahip olunan kaynaklarla gerçekleştirilmesi sorunu gelişmekte olan ülkeleri meşgul etmektedir. Ayrıca bölgelerarası dengesizlikler gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi bazı gelişmiş dahi görülmektedir. Bu sorunu diğer bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de turizm sayesinde gidermenin mümkün olduğu ileri sürülmektedir. Çünkü turizm sektörünün gelişmesi ile kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu bilinmektedir. Turizm sektörü, kaynakların etkin bir şekilde kullanılarak bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel bir kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir (Çeken, 2008).

Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şartlardan bir tanesi dış satımın arttırılmasıdır. Bu ülkelerde ekonomik gelişme ve çağdaşlaşma için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçiş bir zorunluluktur. Ancak böylesine bir değişim büyük miktarda sermaye, yabancı döviz kazancı ya da dış borçlanmayla mümkün olmaktadır. Bu durum endüstriyelleşme için gerekli finansman kaynaklarını yaratmak amacıyla ülke yöneticilerini turizm sektörüne yönlentmektedir (İçöz ve Kozak,1998, s.159).

Turizm kalkınma için ihtiyaç duyulan döviz girdisini sağlar. Turizmden elde edilen gelirler, yabancı ülkelere alınan ekonomik yardımlara göre daha çok üstünlüklere sahiptir. Çünkü politik ve ekonomik kısıtlamalardan uzaktır ve herhangi bir baskı aracı olarak kullanılamaz. Diğer yandan turizm, tarımsal ürün ve hammadde ihracatından da çok daha fazla bir üstünlüğe sahiptir. Her şeyden önce, turizm mal ve hizmetlerinin fiyatları, gelişmekte olan ülkenin geleneksel ihracat ürünlerinin fiyatlarına oranla çok daha fazla kendi denetimi

altındadır. Ayrıca turizm, gelişmekte olan ülkenin ihracatı için bir çeşitlendirme imkânı yaratır ve döviz gelirlerindeki büyük dalgalanmaları da ortadan kaldırır (Çeken, 2008).

Turizm sektörünün, bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan ama zengin bir turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır (Braden ve Winer, 1980, s.37).

Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Turizm sayesinde ihracı mümkün olmayan jeo-ekonomik varlıklar, sosyo-kültürel varlıklar, değer ve olaylar ile spesifik bazı hizmetler bölge için döviz kaynağı haline gelmektedir (Olalı ve Timur, 1998, s.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 arttırmaktadır (Çeken, 2008).
- Turizm, ülkelerde yeni iş olanakları yaratılması suretiyle bölgeler arası 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 olanakları çalışan kesimin gelirlerini arttırmakla birlikte bölgenin gelir dağılımında da olumlu etkiler yaratmaktadır (Robert ve Goeldner, 1990, s.272). Nitekim 2009 yılında dünya genelinde turizmde istihdam edilen kişi sayısı 210 milyonu aşkındır ve bu sayı küresel istihdamın % 7,6'sını oluşturmaktadır. Türkiye'de ise sektör toplam istidamın %7,2'si olan 1,7 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır (www.invest.gov.tr, erişim:10.01.2012).
- 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 (Çeken, 2008).
- Turizm sektörü her ne kadar hizmet sektörü içinde yer alsada taşıdığı özellikler nedeniyle 43 tane sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesi aynı zamanda 43 tane sektörün de gelişmesi demektir. Ancak turizmin sektörler üzerindeki o ülkede veya bölgede gelişmiş olan turizm çeşidine göre farklılıklar arz etmektedir (Çeken, 2008).

- 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 beklenmektedir. Turizmin tarım ürünlerinin talebindeki artışa yaptığı katkı sayesinde halkın gelirlerinde artış olmaktadır. Bu durum hala halkın çoğunluğunun tarımsal faaliyetlerle geçindiği Türkiye için son derece önemlidir. Tarım ekonomisinin yaygın olduğu bölgelerde turizmin gelişmesi sayesinde tarımla geçinen halkın gelir ve refah seviyesinin artması beklenen bir durumdur. Tarım sektöründeki gizli işsizlik sorunu da turizmin gelişmesine paralel olarak çözüme kavuşabilmektedir. Dolayısıyla işsiz kesimin sanayileşmiş bölgelere göç etmesinin önüne geçilmekte ve bölgelerarası dengesizlik de en aza indirilmiş olmaktadır (Çeken, 2008).
- 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 çıkışıyla büyük şehir ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılabilir hem ülke düzeyinde hem de uluslar arası düzeyde gelirin yeniden dağılımı sağlanabilecektir. Bu süreç bölgelerarası dengesizliği giderilmesinde ve sosyal adalet ilkesinin uygulanabilmesine katkı sağlayacak niteliktedir (Çetiner, 1998, s.218).
- Turizmin geliştiği bölgelerde ekoturizm, sürdürülebilir turizm gibi kavramlar sayesinde bir çevre bilinci de gelişmektedir. Temiz çevre turizmin temel kaynaklarından. Turizmin çevreyi koruma, havanın ve suyun kirlenmesini önleme çabası kaynakların sürdürülebilirliği anlamında bölgesel kalkınmayı olumlu etkilemektedir (Çeken, 2008).
- Kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğin sebep olduğu iç göçler, turizm sayesinde azalma eğilimine girebilir. Böylelikle şehirlerdeki çarpık yapılaşma hızı görece olarak yavaşlayabilir. Turizmin, çözümü güç ve aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı fonksiyonu, ülkenin kalkınmasına bir katkı olarak değerlendirilmektedir (Çetiner, 1998, s.218).
- 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.

1.1.4 Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Turizm

Türkiye gelişmekte olan bir ülke olduğu için yatırıma tahsis edilen kaynaklar da sınırlı kalmaktadır. Kaynakların sınırlı olması, yatırımların da seçici olmasına yol açmakta ve yatırımlar, iç getiri oranı yüksek olan sektörleri tercih etmekte ve bu sektörlerin de belli bölgelerde yoğunlaşması bölgeler arası dengesizliğe yol açmaktadır. Türkiye’deki bölgelerin gelişmişlik düzeyine baktığımızda, Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Çünkü yatırımların büyük bir kısmı bu bölgelerde yapılmaktadır. Bu bölgelerin dışında kalan diğer bölgeler aynı şansa sahip değildir ve üstelik geri kalmış bölgelerden gelişmiş bölgelere sürekli bir göç söz konusudur. Ancak sanayileşme imkanına sahip olmayan bölgelerimizin gelişmesi ve kalkınması da bu bölgelerin sahip olduğu turistik arz olanaklarının değerlendirilmesiyle mümkündür (Çeken, 2008).

Herhangi bir bölgenin turizm bakımından gelişebilmesi ve kalkınma düzeyinin gerçekleştirilebilmesi için aşağıdaki faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir (Çeken, 2008):

- Bölgenin kültürel değerlerinin (arkeolojik eserler, anıtlar, folklor ve festivaller) analizi yapılmalı,
- Bölgenin iklim durumu, doğal bitki örtüsü ve turizme elverişli arazi durumu incelenmeli,
- Bölgede bulunan mevcut tesislerin (otel, motel pansiyon) durumu ve yenilerini ilave edebilme durumu incelenmeli,
- Bölgede bulunan, turizmle doğrudan ve dolaylı olarak özel mallar ve hizmetler üreten ve pazarlayan kuruluşlar tespit edilmeli,
- Bölgede kamu yatırımlarının durumu analiz edilmeli,
- Bölgeye yönelik uluslararası turizm talebinin analizi yapılmalı,
- Bölgede bulunan yerel halkın turizmi algılama düzeyi belirlenmeli,
- Bölgede bulunan tesislerden yörede oturanlara iş imkânı sağlama durumu tespit edilmeli,

- Turizm sektörünün bölgedeki diğer sektörlerle olan ilişkisi analiz edilmeli,
- Bölgedeki sivil toplum örgütlerinin durumu analiz edilmelidir.

Yukarıda bahsedilen faktörleri bir turizm bölgesinde gerçekçi bir şekilde analiz ettikten sonra turizmin bölgesel kalkınmaya etkinliği de artmış olacaktır. Ancak bölgenin turizm potansiyelinin bir bölgesel proje çerçevesinde, diğer potansiyel varlıklarla birlikte değerlendirildiğinde bu etkinlik daha da artmış olacaktır.

Türkiye'nin doğal güzelliklere ve tarihi zenginliklere sahip bölgeleri genellikle sanayileşmenin hız kazandığı bölgelerin dışında, sahillerde, dağ yamaçlarında, arkeolojik kazıların bulunduğu yerlerde veya göl kenarlarında bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin ana hammaddesini, tabiatın ve iklimin yarattığı tarih, folklor, uygarlık ve kültürün işlediği bir değerler bütünü teşkil etmektedir.

Türkiye coğrafi yapısından dolayı bir çok kültüre ev sahipliği yapmış, bir çok medeniyetlerin buluşmasına tanıklık etmiş, geçmişi zengin olan bir ülkedir. Bu özelliğinden dolayı sanayileşmenin olmadığı bölgelerde turizm endüstrisine rastlamak mümkündür. Türkiye'deki bu zenginlikler sadece turizm sayesinde işlenebilmekte ve milli geliri arttıracak bir ekonomik değer haline gelebilmektedir. Ekonomik yönden az gelişmiş bölgelerimiz, otel işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, tatil köyleri, moteller, seyahat işletmeleri ve sektörü doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren (hediyelik eşya satan yerler, dericiler, kuyumcular, manav, süpermarketler vb.) diğer işletmeleri aracılığı ile turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik gelişmelerini destekleyebilmektedirler (Çeken, 2008).

1.2 Turizm ve Sürdürülebilirlik

1.2.1 Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Gelişimi

Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda en çok konuşulan ve gündem oluşturan bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik belirli bir ekosistemin veya sürekliliği olan herhangi bir sistemin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla ana kaynaklara yüklenmeden sürdürülebilmesi yetkinliği olarak bilinmektedir. Sürdürülebilirlik bugünün ihtiyaçlarını; gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınmadır. Kaynaklar sürekli olarak değerlendirilmeli, maksimum koruma ile özellikle doğal kaynakları koruma bilinci ön planda olmalıdır (Tosun, 2001).

Patel (1961) yüzyıl boyunca, dünyanın sanayi üretiminde adam başına düşen miktar olarak ölçülen büyüme, insanlık tarihinin daha önceki döneminin tümünde ulaşılmış olandan kat kat yüksek olduğunu vurgulamıştır. Son elli yılda kimi zaman duraklayan kimi zaman kesik kesik ilerleyen büyüme beraberinde başka kavramların da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlardan biri kalkınmadır. Kalkınma, ekonomik göstergelerdeki olumlu artışın yanı sıra sosyo-kültürel yapının gelişimini de içermesi sebebiyle ekonomik büyümeden daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Aşağıdaki bölümlerde sürdürülebilirlik kavramı, çeşitleri ve turizm açısından sürdürülebilirlik konuları ele alınmıştır.

19. yüzyılın sonlarında İngiltere’de başlayan Sanayi Devrimi ile birlikte sosyal, kültürel, çevresel, teknolojik alanlarda ve ekonomide çok büyük ve hızlı değişimler yaşanmış ve günümüze kadar da etkileri devam etmiştir. 2. Dünya Savaşı’nın bitmesi tüm bu gelişmeler açısından önemli bir dönüm noktası olmuş ve Avrupa’da doğal kaynakların birlikte kullanımını da içeren ittifaklar oluşmuştur. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu gibi Avrupa Birliği’nin temelini oluşturan çeşitli antlaşmalar yapılmıştır (www.dpt.gov.tr, 2010).

Tüm bu gelişmeler hızlı sanayileşme çabalarını tetiklemiş, doğal kaynaklar ve çevre üzerinde ise onarılması mümkün olmayan zararlar meydana gelmiştir. 70’li yıllara gelindiğinde verilen zararları önlemek ve kıt kaynakların etkin kullanımını artırmak amacıyla Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşların önderliğinde çeşitli toplantıları, bildireleri ve antlaşmaları içeren girişimler başlatılmıştır. Bu faaliyetlerle birlikte sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir gelişme kavramları ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı, özellikle 1992 yılında yapılan Rio Konferansı sonrası çeşitli araştırma ve yayınlarda çok sık kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik kavramına çevre bilimleri tarafından daha çok benimsenmiş gibi görünse de her sektörde yankı bulmuş ve kavram hemen hemen her alana uyarlanmıştır (Sarkım, 2008).

Sürdürülebilir kalkınma sosyal, ekolojik, ekonomik, mekansal ve kültürel boyutları olan bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınma, insan açısından düşünüldüğünde sosyal, toplum için düşünüldüğünde ekonomik ve kültürel, doğal kaynaklar kapsamında ise ekolojik açıdan önem taşımaktadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkışı küresel düzeyde, çevresel problemlerin, yoksulluk ve kaynakların adaletsiz dağılımının ve insanların sağlıklı bir gelecek hakkındaki kaygılarının artmasının bir sonucudur (Hopwood vd., 2005).

Tüm dünya milletlerini ilgilendiren çevresel, sosyal ve ekonomik sorunların tartışıldığı Dünya Koruma Stratejisi 1980’de yapılmış ve 1987’de sürdürülebilir kalkınmanın tanımı Ortak Geleceğimiz (Brundtland Raporu) adlı raporda yer almıştır. Bu rapora göre sürdürülebilir kalkınma insan ile doğa arasında denge kurarak doğal kaynakları tüketmeden, gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasına imkân verecek şekilde bugünün ve geleceğin yaşamını ve kalkınmasını programlama anlamında kullanılmıştır. Brundtland Komisyonu raporunun vurguladığı ana konular fakirlik ve çevre üzerinde odaklanmaktadır. Özellikle kalkınmakta olan ülkeler ise sürdürülebilir kalkınmayı genellikle yoksulluğun azaltılması, pazara erişimin kolaylaştırılması, eğitim ve sağlık hizmetlerinin iyileştirip yaygınlaştırılması gibi daha çok sosyo-ekonomik kalkınma kapsamında ele almaktadır (www.idc.sdu.edu.tr, 2011).

Sanayileşmiş ülkeler sürdürülebilir kalkınmayı çevrenin muhafazası ve temiz bir çevre içinde sürdürülebilir refah olarak ele almaktadır. Küreselleşmenin getirisi tüm ülkelerin işbirliğine dayalı ve ortak çıkarların korunması gerekliliğidir. Kalkınmış ülkelerin pazarı konumunda olan gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azalmaması, bu ülkelerin dünya piyasalarına entegre olamaması kalkınmış ülkeleri de büyüme potansiyeli bakımından kısıtlamaktadır. Ayrıca yaşanan çevre sorunlarında sanayileşmiş ülkelerin katkısı çok büyüktür. Dolayısıyla çevre ve kaynak sorunlarının baş sorumlusu olarak kalkınmış ülkelerin görülmesi ve bu zararları en aza indirmeye isteği bu çalışmaların başlatılma sebebi olarak algılanmaktadır (Sarkım, 2007).

Sanayi devrimi ile kitle üretimin artması, doğal kaynaklar ve çevre üzerinde tahribata yol açmıştır. Başlarda klasik iktisatçılar ve takipçilerinde doğal kaynakların yenilenebildiği ve sınırsız bulunabilirlik özelliklerine sahip oldukları varsayımı hakimdi. Dolayısıyla iktisatçıların bir süre çevre sorunlarını görmezden geldikleri söylenebilir. Öte yandan İkinci Dünya Savaşı’nın ardından Keynesyen iktisadın uzantısı olarak, ekonomilerin gündemini ekonomik kalkınmanın hızlandırılması, işsizliğin önlenmesi veya enflasyonun kontrol altına alınması gibi kısa dönemli politik öncelikler işgal etmiştir. Bu bağlamda oluşturulan kalkınma ve büyüme politikalarında öncelik üretim artışına verilmiştir. Teori ve politikanın bu kesişimi, hem gelişmekte olan ülkelerde hem de gelişmiş ülkelerde çevrenin ve kaynakların

tükenebilirliği ve korunması gerekliliği konularındaki farkındalığı bir hayli geciktirmiştir (Dulupçu, 2001, s. 11).

Nitekim 1960'lı yıllara kadar yerel ölçekli çevre sorunlarına, kalkınmanın doğal ve katlanılması gereken sonuçları olarak bakılmıştır. Kalkınma yolunda ilerlerken çevre ve doğal kaynakların zarar görmesi, tükenmesi sorgulanmamıştır. Önceliğin kalkınmaya verilmesi gerektiği, çevre ve kaynak sorunlarına ise çözümün ertelenebileceği bilinci yerleşmiştir. Bu bilinç çerçevesinde kalkınmanın çıktısı olan çevre ve kaynak tahribatı oluştuktan sonra bunlara karşı bir tepkide bulunulup tedavi yoluna gitme davranışı ortaya çıkmıştır. Bu stratejiye çevre yönetiminde “teпки ve tedavi” adı verilmektedir. Bu durumda kirletici atıklarının artırılmasının ve üretim maliyetlerinin artırılmasının da gereği yoktur. Bu anlayışın bir yansıması olarak 1970'lere kadar çevre teknolojilerinde üretim teknolojileri kadar bir gelişme kaydedilememiştir. (Yıkılmaz, 2011).

Kalkınma stratejisi ile göz ardı edilen ve çözülmeyen çevre ve kaynak sorunları, 1970'lerin başında, doğal kaynakların yenilenme kapasitelerinin üzerinde zarar görmesi, yoksulluğun yaygınlaşması, ormanların yok olması, biyolojik çeşitliliğin azalmasını ve iklim değişikliklerinin başlaması gibi çok ciddi ve tehlikeli sonuçlar doğurmuştur. Çevrenin ve kaynakların zarar görmesi yerel seviyede sorun olmaktan çıkıp küresel ölçekte dev bir sorunlar dizisi haline gelmiştir. İnsanların hayat standartlarını ciddi şekilde etkilenmeye başladığında bu sorunlara tepkiler başlamıştır. 22 Nisan 1970'deki ilk "Dünya Günü" faaliyetlerine 20 milyon kişi katılmıştır. Bilim insanları aşırı üretim ve tüketimin çevreyi ve dolayısıyla yaşamı nasıl tehdit ettiğine dair araştırmalar ve raporlar hazırlamışlardır (Sarkın, 2007, s. 64).

"Dünya Günü" faaliyetinin ardından 1972 yılında Roma Kulübü “dünya sorunsalı” adı verilen sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel sorunları küresel düzeyde incelemek ve çözüm önerileri üretmek amacıyla MIT'ye bir rapor hazırlatmıştır. “Büyümenin Sınırları” isimli raporda, kalkınmanın doğal çevre üzerinde yol açtığı tahribata dikkat çekilmiştir. Raporu hazırlayanlar küresel düzeyde beş eğilim saptamış ve bunları sanayileşmenin hızlanması, hızlı nüfus artışı, yaygın beslenme eksikliği, yenilenemez kaynakların tükenmesi ve çevrenin yıkımı olarak tanımlamışlardır. Raporda, doğanın ister kendi varlığı olsun, isterse üretime girdi sağlayan bir kaynak olarak görülsün, uzun yıllar boyunca aynı değer ve zenginlikte kalması, yani onun kullanımı ile ilgili eylemlerin devam etmesinin, büyümenin sürdürülmesi ile mümkün olmadığı, büyümenin sınırlarına eninde sonunda gelineceği belirtilmiştir (Saatçi ve Dumrul, 2011).

“Büyümenin Sınırları” raporundaki dünya sorunsalı nüfus artışı, kirlenmedeki, gıda üretimindeki ve kaynakların tüketilmesindeki artış devam eder önlem alınmazsa yakın

zamanda dünyadaki büyümenin sınırlarına gelinecektir. Bu durumda karşılaşılabilecek en muhtemel sonuç, nüfusun ve endüstriyel üretim kapasitesinin oldukça hızlı bir şekilde düşmesi olacaktır. Bu büyüme eğilimini değiştirerek, ekolojik, ekonomik ve sosyal olarak uzun bir gelecekte sürdürülebilir istikrarlı bir durum yaratmanın mümkün olduğu da bazı çevreler tarafından ileri sürülmüştür. Önceden beri uygulanan “tepki ve tedavi” stratejisi 1972’den sonra yerini yeni bir stratejiye, “tahmin ve önleme” stratejisine bırakmıştır. Buna göre doğal çevre sorunları ortaya çıkmadan önce tahmin edilmeli ve önlenmelidir (Özer, 1995, s. 22).

Bu gelişmelerin ardından Birleşmiş Milletler 1983 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nu kurmuş, başkanlığına dönemin Norveç Başbakanı G. Harlem Brundtland getirilmiştir. Bundan sonra kalkınma ve çevre konuları birlikte anılmaya başlanmıştır. Ortaya çıkan Ortak Geleceğimiz isimli rapor 1960’ların kalkınmacı yaklaşımlarıyla, 1970’lerin çevreci yaklaşımlarını “sürdürülebilir kalkınma” başlığıyla bütünleştirme çabası haline gelmiştir. Brundtland Raporu olarak da bilinen söz konusu raporda, sürdürülebilir kalkınma tanımında dikkati temel unsurları şunlardır (Masca, 2009):

- Kalkınma kavramı içerisinde ihtiyaçların sadece ekonomik ihtiyaçlarla sınırlandırılmayıp daha geniş ele alınması,
- Kuşaklar arası eşitliğin gözetiliyor olması, bir başka ifadeyle, sürdürülebilir kalkınma, toprak, temiz hava, verimli ormanlar, bitki, balık ve kara hayvanı çeşitleri gibi belirli çevresel sermaye stoklarının gelecek kuşaklara aktarılması anlamına da gelmesi,
- Hem ülkeler arasında hem de ülkelerin kendi içlerinde kuşak-içi eşitliklerin de gözetiliyor olmasıdır.

Bahsedilen sürdürülebilir kalkınma tanımları iki yaklaşıma dayanmaktadır. Bunlardan birincisi olan İnsan Merkezci (Antropocentric) Yaklaşım gereği, insan merkeze yerleştirilmiş, insanın ve özellikle de yoksul insanın bugün ve gelecekteki temel gereksinimlerinin karşılanmasına odaklanılmıştır. İkinci yaklaşım olan Çevre Merkezci (Ecocentric) Yaklaşım'da ekolojik denge merkeze yerleştirilmiştir ve insanın ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan girişimler sonucu çevrenin bugünkü ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilmeye yönelik doğal yeteneğinin engellenmemesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda bakıldığında bireyler arası ekonomik eşitsizlik sorunuyla birlikte nesiller arasında doğal kaynakların kullanılmasındaki fırsat eşitsizliği sorunu da söz konusu olmaktadır (Masca, 2009).

1992 yılında gerçekleşen Rio Konferansı ile Gündem 21 kabul edilmiş ve sürdürülebilir kalkınmanın nasıl sağlanacağı bazı kararlara bağlanmıştır. Gündem 21 çevresel, sosyal ve ekonomik sorunların küresel düzeyde olduğunu ve çözümün küresel düzeyde olması gerektiğini savunur. Çevrenin ve kaynakların korunmasının kalkınma kavramıyla

çatışmadığını, tam tersine birbirlerini bütünlediği uzlaşma içerdiğini belirten ana tema sürdürülebilir kalkınmayı yansıtmaktadır. Radikal çevre gruplarının savunduğu sıfır büyümeye rağmen gelişmekte olan ülkeler kullanmacı yaklaşımı benimsemektedirler. Karşıt görüşlerin ortak noktası ise yaşam kalitesi olarak aktarılmaktadır (Sarkım, 2007, s. 71).

2002 tarihinde Johannesburg'da BM tarafından "Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi" düzenlenmiştir. Bu zirvede kabul edilen uluslararası ana bildirgeler "Eylem Planı" ve "Johannesburg Bildirgesi"dir. Johannesburg Konferansı'nda alınan kararlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Masca, 2009):

- Ülkelerin ulusal sürdürülebilir gelişme stratejilerinin en kısa sürede oluşturulması ve bu konuda uygulamanın 2005 yılından itibaren başlatılması,
- Kamu, sivil toplum ve özel sektörde kurumsal sorumluluk ve duyarlılığın geliştirilmesi,
- Uluslar arası anlaşmaların hükümlerinin uygulanmasını sağlanması,
- Yoksulluğun önlenmesi için "Dünya Dayanışma Fonu"nun kurulması ve açlık sınırında yaşayan nüfusun yarı yarıya azaltılması,
- Enerji sunumunda fosil kaynaklara olan bağımlılığın azaltılması, kaynak çeşitliliğinin sağlanması,
- Enerji kullanımının küresel ölçekte daha adil ve dengeli bir biçimde dağılımının sağlanması,
- Biyolojik çeşitliliğin korunmasının sağlanması ve biyolojik çeşitlilikteki azalmanın eşik düzeylere çekilmesi.

Sürdürülebilir kalkınma kavramına eleştirel yaklaşan çevrelerin görüşüne göre kavramı benimseyenler konuyu kalkınmanın sürdürülebilirliği olarak ele almaktadır. Oysa daha çevreci olan görüşler kavramı, yaşamın, organizmaların, biyosferin, biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliği olarak algılamaktadır. Hazırlanan raporlar, bildirgeler, yapılan protokoller, kalkınmanın, üretimin ve tüketimin sürdürülebilirliği bağlamında konuya yaklaştıkları için eleştirilere maruz kalmaktadırlar (Masca, 2009).

Gelişmiş ülkelerde tüketim sonucu oluşan atıkların ya doğrudan ya da kirli üretim teknolojilerinin kaydırılması yoluyla üçüncü dünya ülkelere transfer edilmesi süreçlerinin artması yine bir eleştiri konusudur (Masca, 2009). Ayrıca sürdürülebilir kalkınma söyleminin gelişmiş ülkeler tarafından, gelişmekte olan ülkelerin gelişmesini desteklemek amacıyla icat edilen bir söylem olduğu şeklindedir. Buna göre, gelişmiş ülkeler gelişme süreçlerinde çevreyi göz ardı ederek doğayı tahrip etmişlerdir. Bu duruma karşı olanlar tarafından ekonomik gelişmelerini tamamladıktan sonra, aynı yolu takip eden gelişmekte olan ülkelere

çevreyi kirletmeden, doğayı tahrip etmeden gelişmeleri istenmektedir (Keleş ve Hamamcı, 1993, s. 130).

Bir başka eleştiriye göre, gelişmiş ülkeler tarafından sürdürülebilir kalkınmaya yüklenen misyonda, çevre sorunlarına teknolojik bir bakış açısından hareketle salt çevre ile uyumlu teknolojilerin geliştirilmesi konusunda çözümler aranmaktadır. Gerçekte böyle bir teknolojik bakış açısı çevre sorunları çözmekten öte çevre ile uyumlu teknolojilerin yaratacağı pazarı hedeflemektedir. 1995 yılında, Almanya'da 27, ABD'de 80, Japonya'da 30, Fransa'da 12, İngiltere'de 9 milyar dolarlık çevre koruma endüstrisi ihracatı yapılmıştır (www.cevre.metu.edu.tr, 1999).

Diğer bir eleştiriye göre, Gündem 21'de gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir kalkınmanın hızlandırılması için uluslararası işbirliğinden bahsedilirken, ticaretin liberalize edilmesi, uluslararası ticaretteki engellerin kaldırılması, korumacılığın durdurulması, tarife içi ve tarife dışı engellerin ortadan kaldırılması, özel sektörün teşvik edilmesi ve girişimciliğin önünün açılmasından söz edilmektedir. Burada tavsiye edilen politikaların bu haliyle neoliberal bir bakış açısı sergilediği düşünülmekte ve buna da "sürdürülebilir kalkınma" denmesi eleştiri konusu olmaktadır. (Şahin, 2004).

1.2.2 Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik bireylerin hayat standartlarının gerilememesi, yükselmesi, en azından aynı kalması anlamında kullanılmaktadır. Dinamik yapıya sahip ekonomi sürekli büyüyüp gelişmektedir. Gelirlerde, hayat standartlarında meydana gelen değişimler şimdiki neslin ve gelecek neslin ihtiyaçlarını karşılama biçimlerini etkilemektedir. Kıt kaynakların yenilenebilmesi, hem nüfus arştı hem de bilinçsiz ve aşırı tüketim nedeniyle oldukça zorlaşmaktadır. Özellikle pek çok doğal kaynak tükenip yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Bu bağlamda kaynak tükenmesi ekonomik sürdürülebilirliğinin önüne geçmektedir (Kaypak, 2011).

Brundtland Raporu'nda yer aldığı üzere kalkınmanın sürdürülebilirliği, çevrenin ekonomik gelişmenin kaynağı ve sınırı olduğu düşüncesinin benimsenmesine bağlıdır. Kalkınma sürdükçe, bunu sağlayan doğal kaynak bileşiminde değişimler olacak ancak teknoloji, alternatifleri mutlaka yaratacaktır. Ekonomik büyümenin sürekliliğinin gerekli olduğu görüşünden hareket eden sürdürülebilir kalkınma yaklaşımına göre, az gelişmişlik ve yoksulluk sorunları ancak gelişen ülkelerin rol aldığı bir büyüme dönemi içinde çözülür. Devletlerin almak zorunda oldukları yönü işaret ederek ticaret, finans ve yardım faaliyetlerinin tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini belirten bu rapor, hiçbir ülkenin diğer ülkelerden soyutlanarak kalkınamayacağını ileri sürmektedir. Ayrıca Dünya Bankası'nın

liderlik rolünün sürdürülebilir kalkınma açısından önemi üzerinde durmaktadır (Toprak, 2006).

Ekonomik bağlamda sürdürülebilir kalkınma için konunun uzmanlarınca belirlenmiş olan ilkeler aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Sarkım, 2007, s. 98):

- Tüm karar aşamalarında çevre ve ekonomi uyumlaştırılmalıdır. Mal ve hizmetlerin değeri belirlenirken bunları üretmenin çevresel ve sosyal maliyetleri de dikkate alınmalıdır,
- Uzun dönemli ve yaşam kalitesini de dikkate alacak şekilde büyümenin tanımı yeniden gözden geçirilmelidir,
- Riskleri daha iyi yöneten, madde ve enerjinin faydasını en etkili bir şekilde arttırıcı teknoloji kullanılmalıdır.

1.2.3 Çevresel Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, ihtiyaçlar ve kısıtlar olarak iki temel unsur ele alınarak bakıldığında insan sağlığını ve doğal dengeyi koruyarak sürekli bir ekonomik kalkınmaya imkan verecek şekilde doğal kaynakların akılcı bir şekilde yönetimini sağlama ve gelecek nesillere yakışır bir doğal, fiziki ve sosyal çevre bırakma yaklaşımıdır. Bu yaklaşımın gereği kalkınmanın her aşamasında küresel anlamda ekonomik ve sosyal politikaların çevre politikaları ile birlikte ele alınması hususudur. Toplum için sürdürülebilir kalkınma düşünüldüğünde sosyal, ekonomik ve kültürel sürdürülebilirlik, doğal kaynaklar için sürdürülebilir kalkınma çevresel sürdürülebilirlik olarak algılanmaktadır (Toprak, 2006).

Küresel ısınma, ozon tabakasının incilmesi, hayvan ve bitki tür çeşitliliğinin azalması, hava, su ve toprak kirliliğinin yaygınlaşmasının olumsuz sonuçlarının gözlemlenmesi ve dahası bu çevresel sorunların küresel boyut kazanması ekonomik ve çevresel atmosferlerin karşılıklı etkileşim içinde bulunduğunu, dolayısıyla birlikte değerlendirilmesi gerektiği gerçeğini somutlaştırmıştır. Ekonomik ve doğal çevrenin karşılıklı bağımlılığının kalkınma politikalarında alınmasına gereksinim olduğuna dair ilk kapsamlı uyarı daha önce de bahsedildiği gibi Roma Kulübü'nün "Büyümenin Sınırları" başlıklı raporunda daha 1972 yılında yapılmıştır (Toprak, 2006).

Doğal kaynakların ve çevrenin korunması bağlamında sürdürülebilir kalkınmanın çevresel ilkeleri şu şekilde sıralanabilir (Sarkım, 2007):

- Doğal kaynaklar korunmalı ve geliştirilmelidir,
- Disiplinler arası çalışmalar arttırılmalı, böylece bilim ve eğitim aracılığı ile doğal sistemlerin anlaşılması sağlanmalıdır,
- Doğal kaynakların ve çevresel sistemlerin kullanım kapasitesi düzenlenmelidir,

- Doğal kaynaklar, gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde sistematik ve uzun vadeli kullanılmalıdır,
- Bitki ve hayvan türleri korunmalıdır,
- Sürdürülebilir kalkınma, dünyanın doğal sistemini, atmosferi, su, toprak ve yaşayan canlıları tehlikeye sokmamalıdır,
- Çevreye ve doğal kaynaklara zarar verebilecek nükleer ya da kimyasal her türlü atık kontrol altına alınmalı, atık minimizasyonu sağlanmalıdır.

1.2.4 Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik

Toplumun sürekliliği onu oluşturan bireylerin kaynaklardan, her türlü haklardan eşit yararlanmasına bağlıdır. Bu bağlamda sosyo-kültürel sürdürülebilirlik bireysel ve sosyal kapasiteyle ilişkilendirilebilir. Sosyo-kültürel anlamda sürdürülebilirlik için aşağıdaki olanaklardan eşit yararlanma gerekliliği söz konusudur (Çahantimur, 2007; Sarkım, 2007, s.80):

- Kaliteli bir eğitim ve her türlü bilgiye ulaşma imkanı,
- Mali gücüne uygun barınma imkanı,
- Güvenli bir iş imkanı
- Normal ihtiyaçlarını karşılayabileceği bir ücret düzeyi,
- Sağlık olanaklarından yararlanma,

Sürdürülebilir kalkınmayı sağlıklı, eğitilmiş ve bilinçli bir toplum vasıtasıyla sağlamanın ilkeleri aşağıdaki gibidir (Sarkım, 2007, s. 99):

- Sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir bir nüfus, eğitim, sağlık hizmeti ve aile planlamasını garanti etmektedir,
- Birim ve bölümler, merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasındaki ilişkileri geliştirir. Toplumdaki bireyleri karar aşamasının bir parçası yapar,
- Sürdürülebilir kalkınmayı sağlayan değer ve ahlakın gelişmesine katkı sağlamak, çevre ve ekonominin karşılıklı bağımlılığını göz önüne almak,
- Disiplinler arası çalışmanın arttırılmasına katkı sağlar, bilim ve eğitim doğal sistemlerin anlaşılmasını sağlar,
- Sürdürülebilir kalkınma, sadece nüfus konusu ile ilgili olmayıp kaynakların dağılımı ile de ilgilidir. Sürdürülebilir kalkınma, demografik gelişmelerin ekosistemlerin potansiyel üretim kapasitesindeki değişiklikler ile de uyum içinde olmalıdır.

1.2.5 Sürdürülebilir Turizm

II. Dünya Savaşı teknolojik, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi alanlarda pek çok değişimin miladı kabul edilmektedir. Nitekim bu değişimler, birbiriyle etkileşimde olan sektörlerde de etkili olmuş özellikle ulaşım sektöründe teknolojinin hızlı gelişimi ile büyük atılımlar yaşanmıştır. Demiryolu ağları genişlemiş, yüksek taşıma kapasiteli uçaklar faaliyete geçmiş, karayolu taşıtlarının sayısı ve çeşitliliği artmıştır. Ulaşım araçlarının hızı, konforu ve kapasitesi artmış bu da coğrafi olarak uzak mesafelerin arasını görece olarak kısaltmıştır. Gerek ekonomik anlamda gerekse zaman anlamında ulaştırma maliyetleri düşmüştür. Bu durum zorunlu seyahatler dışında yapılan keyfi seyahatlerin sayısını artırmış, gidilmesi zor olan destinasyonlara gitmek kolaylaşmıştır. Gelişmelerin etkisi pek çok sektörle beraber turizm endüstrisinde de kendini göstermiştir. Turistik amaçlı seyahatlere olan talep hızlı şekilde artmıştır (Powell ve Wood, 1999, s. 138; Mowfarth ve Munt, 1998, s. 85).

Doğal kaynaklar ve çevrenin kritik öneme sahip olduğu turizm sektörü, 1970'lerde ortaya çıkarak hızla gelişen sürdürülebilirlik kavramından etkilenmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının her aşamasında yer alan çevresel duyarlılık ve toplumsal sorumluluk ile birlikte ekonomik verimlilik turizm sektörü için daha da geçerli bir hal almıştır. Turizmde sürdürülebilir bir gelişme için destinasyonun (ülke/bölge/yöre) doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının, biyolojik çeşitliliğinin ve canlı türlerinin zarar görmeden korunması ve sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisi aracılığıyla sağlanan gelirlerin ekonominin tamamına ve tüm topluma dağıtılmasını ve kaynakların ve çevrenin sürdürülebilir kullanımını gerektirmektedir (Liu, 2003).

Turizmin plansız ve çarpık gelişerek destinasyonda olumsuz etkiler yaratması sürdürülebilir turizm kavramının benimsenmesinde rol oynamıştır. Turizmin ekonomik katkıları (döviz getirmesi, ek gelir ve istihdam artışına katkısı gibi) özellikle gelişmekte olan ülkeleri turizme yatırıma yönlendirmiştir. Ancak turizme yatırımların gerekli plan, politika ve programlardan yoksun olması mevcut kaynakları olumsuz şekilde etkilemiştir. Turizme yönelen ülkeler için kısa vadede ekonomik kazanç öncelik kazanmış, özellikle kitle turizminin çevre kirliliği gibi etkileri göz ardı edilmiştir. Çevre kirliliği ile beraber doğal, kültürel kaynakların bazı durumlarda dönülmez zararlara uğraması turizm endüstrisine olumsuz etki etmeye başlayınca ise uzun vadeli turizm plan ve programları tartışılmaya başlanmıştır (Aransson, 1994).

Turizmin temel girdileri, doğal, kültürel, tarihi, beşeri kaynaklardır. Çarpık kentleşme, kontrolsüz ve aşırı büyüme bu kaynaklara büyük zararlar vererek kaynakları korumaya yönelik önlemleri zorunlu kılmıştır (Kahraman, 1994, s. 141). Turizm endüstrisinin girdileri olan kaynaklarla çok yönlü etkileşiminin verimli ve sürekli olması zorunluluğu, doğal,

kültürel, sosyal, beşeri çevrenin korunması, yaşatılması ve devamının sağlanması konusunda gerekli planların yapılması ve önlemlerin alınması gerekliliğini doğurmaktadır. Bu çalışmada turizm endüstrisinin kalkınma yönünden ekonomik etkileri ve verimliliği çerçevesinde kaynak bağımlılığı yaklaşımı esas alınarak sürdürülebilirlik kavramı ele alınmıştır. Antalya ilindeki turizm faaliyetlerinin ekonomik temelli sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği bakış açısıyla sürdürülebilir turizm araştırmanın konusuyla ilgilidir.

Sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir kalkınmanın ilke ve stratejilerinin turizm sektörüne entegrasyonu ile başlamıştır denilebilir. Sürdürülebilir turizm, turizmin ana kaynağının doğal, kültürel, sosyal, tarihi ve çevresel kaynaklar olduğu bilinci ile turizm endüstrisi, turistler, çevre ve ziyaret edilen arasındaki karmaşık ilişkiler sonucu ortaya çıkan sorunları azaltmaya çalışan bir yaklaşımdır. Böylelikle hem doğal kaynakların kalitesi hem de insan kaynaklarının kalitesi iyileştirilerek uzun vadede gelecek nesiller için de kaynakların devamlılığın sağlanmasına çalışılmaktadır (Ayaş, 2007)

Önceki bölümlerde bahsedilen Brundlant Raporu, Rio Zirvesi, Gündem 21 gibi gelişmeler mevcut endüstrilerin her dalına yayılmıştır. Sürdürülebilir turizm kavramı türetildiği sürdürülebilir kalkınma kavramı gibi uzun dönemde gelecek nesillerin de kaynaklardan ve turizmin sunduklarından faydalanmayı amaçlayan bir kavramdır. Sürdürülebilir turizm, turizmin girdilerini (doğal, tarihi, kültürel, sosyal, beşeri kaynaklar) koruyup geliştirerek çekiciliklerinin devamını sağlamayı ifade etmektedir. Buradaki ana unsur koruma eylemidir. Turizm sektöründeki tüm girdilerin, üretim faktörlerin korunmasıyla sürdürülebilir turizm gerçekleştirilmektedir (Sarkım, 2007, s.81).

Sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir kalkınma stratejisinin turizm endüstrisine uyumlaştırılma çabasının bir sonucudur. Sürdürülebilir turizm uluslararası düzeyde ilk defa 1995 yılında Lanzarote Adası'nda yapılan Sürdürülebilir Turizm Dünya Konferansı'nda dile getirilmiştir. En genel anlamda sürdürülebilir turizm, toplumlar için uzun dönemde ekolojik yapının korunmasını, ekonomik yeterliliği, sosyal ve kültürel unsurların devamlılığını sağlayan turizm stratejileri bütünüdür. Sürdürülebilir turizm yerel toplumların geleneklerini korumayı, yaşam standardını arttırmayı, onların kültürel ve sosyal mirasını çoğaltmayı ilke edinir (Ayaş, 2007).

Sürdürülebilir turizm, doğal, kültürel, beşeri ve sosyal kaynakları uzun vadede koruyup geliştirerek ekonomik kalkınmayı destekleyen bir kavram olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin geleneksel kitle turizmi anlayışıyla farklılıklar içermektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre sürdürülebilir turizm, insanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin bozulmadan korunarak kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin idame ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ev sahibi

bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçiminde yönetildiği bir kalkınma şeklidir ve sürdürülebilir turizm destinasyonun yaşam kalitesini geliştiren, misafirler için yüksek kaliteli hizmet tecrübesi sağlayan ve alanların çevre kalitesini arttıran bir turizm biçimidir. Turizmde sürdürülebilirlik, günümüz turistleri ve yerel toplumlarının gereksinimlerini karşılarken gelecek için korumacılığı ve fırsatların arttırılmasını öne sürmektedir (UNWTO, 2002).

Sürdürülebilir turizm kavramı ile ilgili olarak yapılan tanımlar ve tartışmaların hepsinde ortak nokta, çevrenin korunması ve gelecek kuşakların da turizm faaliyetlerinden yararlanabilmesinin sağlanmasıdır. Cape Town Deklarasyonu'na göre sürdürülebilir turizm (Sarkım, 2007, s. 85):

- Yerel topluma daha fazla ekonomik fayda sağlayan bir ekonomik değer,
- Sosyal ve kültürel bir sorumluluk,
- Ekolojik bir yönü olan
- Ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek yüksek kalitede ürünlerin üretildiği bir turizm şeklidir.

Sürdürülebilir turizm anlayışında, geleneksel kitle turizmi anlayışından farklı olarak, ev sahibi destinasyonda yaşayan halkın turizmden daha fazla ekonomik fayda sağlaması amaçlanmaktadır. Yerel halkın turizmden olumlu ekonomik fayda sağladığı sürece bu faydanın devamlılığı için çaba sarf edeceği varsayımını benimseyen yaklaşım böylelikle sosyo-kültürel değerlerin ve geleneklerin de korunacağını savunmaktadır (Özkök ve Gümüş, 2010).

Turizmin sürdürülebilir gelişmesinin sağlanabilmesi için ihtiyaçlar karşılanırken sahip olunan kaynaklar etkin yönetilerek kültürel bütünlük, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemleri korunmalıdır. Turizmin, doğal çevre elemanlarına olan bağımlılığı, turizm endüstrisinin dikkatli bir biçimde planlanmasını ve yönetilmesini gerektirmektedir. Çevre, hava, su, toprak, yeraltı, yerüstü zenginlikleri, bitki-hayvan türleri ve insanlar arasındaki ilişkiler, çevresel faktörlerin turizm üzerindeki ve turizmin çevre üzerindeki etkileri, sürdürülebilir gelişme yaklaşımı ile turizm endüstrisi arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı, sürdürülebilir gelişme yaklaşımı gibi, gelecek kuşaklara şimdiki kuşaklarınkinden az olmamak üzere, doğal kaynakları bırakmayı hedeflemektedir (Altanlar ve Akıncı-Kesim, 2011).

Sürdürülebilir turizm aşağıdaki unsurlardan kaçınılarak gerçekleştirilir (Sarkım, 2007, s. 84):

- Doğal kaynakların aşırı tüketimi,

- Çevresel faktörler ve kültürlerin sömürülmesi,
- Emeğin istismarı,
- İnsanların kendi yerlerinden çıkarılması,
- Yerel toplum arasında görüş ayrılığı,
- Yüksek döviz sızıntıları sonucu düşük yerel ekonomik yararlar nedeniyle turizm hakkındaki olumsuz düşüncelerin artması.

Küreselleşme sürecindeki etkileşimin ürünlerinden biri olarak düşünülebilecek olan sürdürülebilir turizm, bir tür ekonomik gelişme modeli olarak sadece yerel halkın ekonomik refahını hedef almamaktadır. Turizm, küreselleşme, bölgeselleşme ve yerelleşme akımlarından oldukça etkilenmekte, aynı zamanda her birinin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Dünyada, ulaşım teknolojisindeki gelişmeler, seyahatle ilgili organizasyonlar, boş zamanların artması, turizm sektörü üzerinde önemli etkiler yaratmış ve yaratmaya devam etmektedir. İnternet kullanımı turizmin her alanında yaygınlaşmış, gidilecek destinasyonun seçiminde başlıca referanslardan olmuştur. Diğer yandan günümüzdeki turist profili, daha bilinçli, kaliteyi sorgulayan ve tatilden beklentisi yüksek bir kimlik kazanmıştır (Emekli vd., 2007).

Turizmin küreselleşmesi birbirine zıt iki sonuç doğurmaktadır. İlk olarak turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel yararlarının uluslar arası boyutlara ulaşması önemli bir sonuçtur. Ancak diğer bir sonuç turizm sektörüne bağlı sorunların küresel ölçekte yayılımıdır. Çünkü, turizmin ilk maddesi olan doğal ve kültürel kaynaklar tek bir ulusun değil, insanlığın malı olarak kabul görmektedir. Bu bağlamda kaynaklarda oluşacak her türlü olumlu veya olumsuz etki uluslar arası nitelik kazanmış olmaktadır. Nitekim, turizmin toplumların sosyo-kültürel yapılarını bozduğu görüşleri yaygındır. Turizmden beklentiler ve politikalar net olmadığında sosyo-kültürel yapıların bozulma yaşadığı gözlenen bir sonuçtur. Dolayısıyla küreselleşmenin toplumu evrensel normlara ulaştıran yanlarının benimsenmesi, yerel otantizme uymayan yanlarının dışlanması gerektiği görüşü ortaya çıkmakta buna da kısaca "muhafazakar globalleşme" denilmektedir (Emekli vd., 2007).

2004 yılında Tayland'da toplanan "Dünya Ticaret Örgütü Sürdürülebilir Turizm Gelişme Komitesi", sürdürülebilir turizm tanımını güncellemiştir. Buna göre, turizmin çevresel, sosyal ve ekonomik yönleri arasındaki dengenin sağlanması ve turizmin tüm aşamalarında sürdürülebilirlik ilkelerine uygun davranmak ve yoksulluğun önlenmesi gibi küresel amaçlar da tanıma girmektedir. Bu tanımla birlikte aynı komite, turizmin gelişmesinin çevresel, ekonomik ve sosyokültürel boyutları arasında uygun bir denge kurulması ve bu dengenin uzun dönemde sürdürülebilirliğinin garanti edilmesi konusuna eğilmiştir (UNWTO, 2007).

Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizmin ana unsurlarını aşağıdaki gibi özetlemiştir (WTO, 2004):

- Temel ekolojik süreçlerin devamlılığını sağlayan ve doğal mirası ve biyolojik çeşitliliği korumaya yardımcı olan turizmin gelişmesinde anahtar öğeyi oluşturan çevresel kaynakların optimal kullanımını sağlamalıdır.
- Yerel halkın sosyo-kültürel orijinalliğine uymalıdır. Kültürel mirasların ve geleneksel değerlerin yaşanmasını ve geliştirmesini sağlamalı ve kültürler arası anlayışı ve toleransı (hoşgörüyü) oluşturmalıdır.
- Uzun dönemli işlemlerde, tüm yatırımcıları için istikrarlı istihdam ve gelir kazanma fırsatları ve yerel halka sosyal hizmetleri de kapsayan ve bunların adilce dağılması gibi sosyo-ekonomik faydaları sağlayan uygulanabilirliğini garanti altına almalı ve yoksulluğu azaltmalıdır.

Gelişmekte olan ülkeler deniz, güneş, kum, manzara gibi kaynakların kullanımını turizme tahsis ederek bu sayede döviz geliri elde etmek için yatırımlar yapmışlardır. Turizm sektörü için girdi konumunda olan doğal, kültürel, tarihi v.b. kaynaklar tıpkı imalat sanayinde olduğu gibi aşırı üretim ve tüketimin sonucu olarak tahribata uğramıştır. Turizmden beklentilerin ekonomik faydaları üzerine yoğunlaştığından hükümetler ve sektör turizmdeki gelişmeyi aktif olarak desteklerken, maliyetler konusunu arka planda bırakarak turizmin sosyo-ekonomik ve çevresel etkilerine daha az duyarlı kalmışlardır. Turizmin hızlı ve plansız bir şekilde gelişmesi birçok turistik destinasyonun yoğun turist akımı nedeniyle fiziksel ve kültürel çevresinin bozulmasına neden olmuştur (Masca, 2009).

1.2.6 Sürdürülebilir Turizm Politikası

Artan turizm hareketlerinin ekolojik, jeolojik ve estetik sorunlar doğurduğu ve bu sorunları çözmeye yönelik bir takım önlemler alındığı yukarıdaki bölümlerde irdelenmiştir. Ekonomik sürdürülebilirlik ve turizm ile ilişkisine yine önceki bölümlerde yer verilmiştir. Turizm-çevre-ekonomi ilişki dengesinin kurulup sürdürülebilmesi için ülkenin turizm politikaları, ekonomi politikaları ve kaynak koruma ile ilgili hedeflerinin tutarlı olması gerektiği pek çok araştırmacı tarafından savunulmaktadır (Masca, 2009; Sarkım, 2007; Gündüz, 2004)

Sürdürülebilir turizm politikaları şu şekilde özetlenebilir (akt. Gündüz, 2004, s.62-64):

- Ekolojik Politikalar: Bu politikalar, hava, su, toprak kirlenmesi, erozyon ve biyolojik varlık kayıplarının, doğal estetik değerlerin niteliklerinin kaybının, küresel iklim değişikliklerinin önüne geçilebilmesi ile gerekli tedbir ve iyileştirmeler yapılabilmesini sağlayıcı hedefler içermektedir. Ayrıca ekolojik politikalar, ekosistemin taşıma kapasitesine karşı dikkatli, doğal üretim çevrimi ile kaynak

tüketim hacmi oranlarını dengeleyici, turistik ve kentsel yerleşmelerde iklimsel ve meteorolojik kriterleri dikkate alan yaklaşımlar içermektedir.

- Kültürel Politikalar: Kültürel politikalar iki ana başlık altında ele alınabilir. Birincisi, kültürel varlıkları ve etkinlikleri koruma ve yaşatma politikası; ikincisi ise kültürel etkinlikleri geliştirme politikasıdır.
 - Kültürel Varlıkları ve Etkinlikleri Koruma ve Yaşatma Politikaları: Bunlar kısaca; tarihi değer ve varlıkların korunması; kültürel niteliklerin korunması ve yaşatılması; folklorik değerlerin yaşatılması, politikaları şeklinde özetlenebilir.
 - Kültürel Etkinlikleri Geliştirme Politikaları: Bunlar da kısaca; tarihi değer ve varlıkların özgün değerleri ve ortamları içinde canlandırılarak turizmin hizmetine sunulması; kültürel değer ve ürünlerinin turistlerin istediği biçimde hazırlanarak sunulması; yerel folklorik değerler ile uluslararası folklorik değerlerin yeni versiyonlarının hazırlanarak modern bir anlayış içinde sunulması, şeklinde özetlenebilir.
- Sosyal Politikalar: Turizmin sürdürülebilirliği açısından toplumsal eylemlerin organizasyonu, yoğunlaşma nedeniyle çevre üzerinde artan baskıların minimuma indirilmesi gereklidir. Bu amaçla saptanan politikalar; belirli bir zaman ve mekan üzerinde doğal ve kültürel varlıklara zarar verebilecek insan ve eylem yoğunluklarının azaltılması, iyi bir rezervasyon sistemi ile taşıma kapasitesi limitlerinin aşılmasının önlenmesi, kamu kurumları mensuplarının tatil ve izin dönemlerinin optimum turistik kaynak kullanımını sağlayacak şekilde ayarlanması şeklinde özetlenebilir.
- Ekonomik Politikalar: Turizmin sürdürülebilirliği açısından 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.
- Kurumsal (Yönetimsel) Politikalar: İnsan, bitki ve hayvan varlığının dengeli ve sağlıklı yaşaması için gerekli doğal kaynakların değerlendirilmesi, üretilmesi, ulaşımı ve tüketimi sırasında ortaya çıkabilecek olumsuzlukların saptanması, olumsuzluklara çözüm yolu aranması ve çözüm yollarının uygulama alanına konulması için planlama, koordinasyon, haberleşme, denetim ve yürütme işlevlerinin bütününe kapsayan “çevre yönetim” kavramı ortaya çıkmıştır. En geniş anlamıyla çevresel politika, program ve

stratejilerinin uygulama aracı olarak nitelendirilmekte olan çevre yönetimi kavramı; çevrenin korunması, iyileştirilmesi ve geliştirilmesi faaliyetlerinin tamamını kapsamaktadır. Çevresel olarak sağlam süreçler için bilimsel bir temel geliştirilmeli, çevresel koruma ve doğal kaynakların kullanımının kontrolü için sosyal, ekonomik, idari ve yasal mekanizmalar oluşturulmalıdır.

- Estetik İyileştirme Politikaları: Turizmin sürdürülebilirliği açısından doğal kaynakların korunması kadar estetik görünümün kalitesi de önemlidir. Estetik görünüm (peyzaj), turizmin önemli çekiciliği olan öğelerindendir. Bu nedenle estetik görünümün iyileştirilmesi bakımından yapılması gereken eylemler; tarihi bölgelerde uyumsuz düzenleme ve yeni eklentilerin yapılmaması, turizm bölgelerinde motorlu taşıt trafiğinin azaltılması, gürültü kirlenmesine neden olan her türlü etkiye karşı tedbir ve düzenlemelerin yerine getirilmesi, özgün doğa ve tarihi görünümlerin bozulmasına karşı tedbirlerin alınması, elektrik, telefon gibi iletişim ve enerji hatlarının direkler üzerinden değil yeraltından iletiminin sağlanması, heyelan, erozyon ve kapatılmış maden ocaklarından kalan kötü yeryüzü görünümlerinin arazi doldurma ve bitkilendirme yoluyla düzeltilmesinin sağlanması olarak özetlenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜMELER, AĞLAR ve ANTALYATURİZM KÜMESİNİN SEKTÖREL ANALİZİ

2.1 Kümeler ve Ağlar

Bölgesel kümeler akademisyenler ve politika yapıcılar tarafından son yirmi yılda giderek artan bir ilgi görmektedirler. 1970’lerde ve 1980’lerde kümeler, ticari mallarda (örneğin 3. İtalya) ve yüksek teknolojide (örneğin Silikon Vadisi) dünya pazarında güçlü bir konum almak için kuruldu. Nitekim 1990’larda küme kavramı, Harvard Business School’da profesör olan Michael Porter’ın “the Competitive Advantage of Nations” adlı çalışmasıyla şirketlerin yenilikçiliği ve verimliliği ile yeni işletme biçimleri bağlamında geniş ölçüde tanınan popüler bir kavram haline gelmiştir (Clar vd., 2008).

Son yıllarda küresel bilgi ekonomisi kavramı bağlamında yerel olmayan uluslar arası görünüşteki kümeler, araştırmalar ve politikalar açısından cazip bir konu olarak ilgi çekmektedir. Bu nedenle kümeler yoğunlukla, küresel bilgi akışı için yerel ağlar ve yenilikçi etkin noktalar (hot spots) olarak bilinmektedirler. “The Innobarometer 2006 on “cluster’s role in facilitating innovation in Europe” gibi bazı çalışma ve faaliyetler kümelere dahil olan işletmelerin kümelerin dışında kalan işletmelere göre daha yenilikçi ve rekabetçi olduğunu doğrulamıştır. Firma seviyesinde artan yenilikçilik ve rekabetçilik nihayetinde sürdürülebilir bölgesel ekonomik kalkınma için önemli bir katkı olarak görülmektedirler. Bu yüzden politika yapıcılar kümeleri rekabetçiliği ve yenilikçiliği artıran büyük bir fırsat olarak değerlendirmektedirler (Clar vd., 2008)

Bu bölümde kümelerin ve ilişkili kavramların açıklanmasına, küme girişimleri, küme organizasyonları, küme geliştirme, kümeler ve inovasyon konularına yer verilmiştir.

2.1.1 Kümeler ve İlişkili Kavramlar

Kümelenme veya yoğunlaşma araştırmalarının kökleri Adam Smith (1776) ve Alfred Marshall’ın (1890) çalışmalarına kadar geri gitmektedir. Adam Smith’in işbölümünün kentlerin gelişimine faydaları üzerine analizleri ve Marshall’ın İktisat’ın İlkeleri kitabında benzer firmaların neden yakın konumlar seçtikleri üzerine analizleri birçok iktisat ve yönetim düşünürüne yoğunlaşmanın dinamiklerini araştırma ilhamı vermiştir (akt. McCann ve Folta, 2008). Yazına ait yoğunluklu katkının 50 yıllık bir geçmişi bulunmaktadır. Ancak konuya ilginin dönüm noktası olarak Michael Porter (1990) kabul edilmektedir. Porter’ın kümelenme çalışması yayımlandıktan sonra birçok araştırmacı tarafından takip edilmiştir. Günümüzde

kümelenme hakkında bilimsel dergilerin hemen hemen her sayısında birçok bilimsel makale yayınlanmaktadır (Jackson ve Murphy, 2006).

Kümelenme ile ilgili öncü çalışma daha öncede vurgulandığı gibi Marshall'a aittir. Marshall, endüstriyel yoğunlaşmaları incelemiş ve yoğunlaşmaların bölgedeki firmalar açısından özellikle işçi bulma konusunda avantaj yarattığını belirtmiştir (akt. Asheim v.d., 2006). Marshall'ın endüstriyel yoğunlaşmalar ve endüstriyel bölgeler kavramı; küçük ve orta ölçekli firmaların yığılmış kümelenmelerini anlamak için dışsal ekonomilerin önemi üzerine kurulmuş ve ekonomik aktivite sürecinde aktörlerin yakın yerleşmesinden kaynaklanan dışsal ekonomilerin faydaları üzerine odaklanmıştır (Bulu ve Eraslan, 2004). Coase'un (1959) dışsallık üzerine çalışmaları da Yeni Kurumcu İktisat çerçevesinde kümelenme teorisine destek olmuştur (akt. Eraydın ve Köroğlu-Armatlı, 2007).

Böylelikle kümelenme yazını Marshall ve Coase'in izinden giderek coğrafya bölge planlama, işletme ve tabii ki turizm gibi disiplinlerde araştırma programı haline de dönüşmüştür (Sarvan vd., 2012). Kümelenme konusunun son yirmi yılda kazandığı ivme ise Porter'ın çalışmalarına dayanmaktadır (Bulu, 2005). Teoride giderek önem kazanmaktadır ve uygulamada politika yapımcılar tarafından benimsenmektedir. Porter (1998) kümeyi, birbirine katma değer ekleyen, üretim zinciriyle bağlı bir ürün ya da hizmetin üretilmesi konusunda doğrudan veya dolaylı olarak etkin rol oynayan veya potansiyeli olan ilişkili ve bağımlı oyuncuların (akademisyenler, uygulayıcılar, karar alıcılar, turizm paydaşları) ortak bir coğrafyada yoğunlaşmaları şeklinde tanımlamaktadır (Porter, 1998). Kümeler, şehir, bölge, ülke, kıta kapsamındaki tüm oyuncuların birbirine bağlandıkları ağlar olarak görülmektedir.

Küme kavramı çok çeşitli çerçeveler ve amaçlar için ele alındığından son zamanlarda bulanık bir kavram haline gelmiştir. Politik arenada küme kavramı, küresel bilgi ekonomisinin ihtiyaçları doğrultusunda bölgesel kalkınmanın altında yatan dinamik bir mekanizma anlamında bölgesel kalkınma politikalarına uyarlanarak popüler bir kelime olarak sıkça kullanılmaktadır. Akademik çevre küme kavramını şu görüşlere yakınsayan bir ürün olarak ele almaktadır (Sarvan vd., 2012).

- Alfred Marshall'ın (1890) yazdığı "Principles of Economics" kitabında dışsallık ekonomilerine dayalı olarak ihtisaslaşmış aktivitelerin yerelde yığılmalarından bahseden çalışmaya dayanan ve 1970'lerin sonundaki İtalyan bölgelerinin çalışmasına uzanan ekonomik coğrafyadaki yerel ekonomiler görüşü,
- Bölgesel ekonomi bağlamında bölgesel yenilikçi sistemler ve öğrenen bölgeler görüşü,
- Bilim ve ekonomi teknolojileri bağlamında yenilikçilik üstüne bir sistem görüşü,
- İşletmeler bağlamında ise devlet merkezli olmayan işletme örgütlenmeleri görüşü.

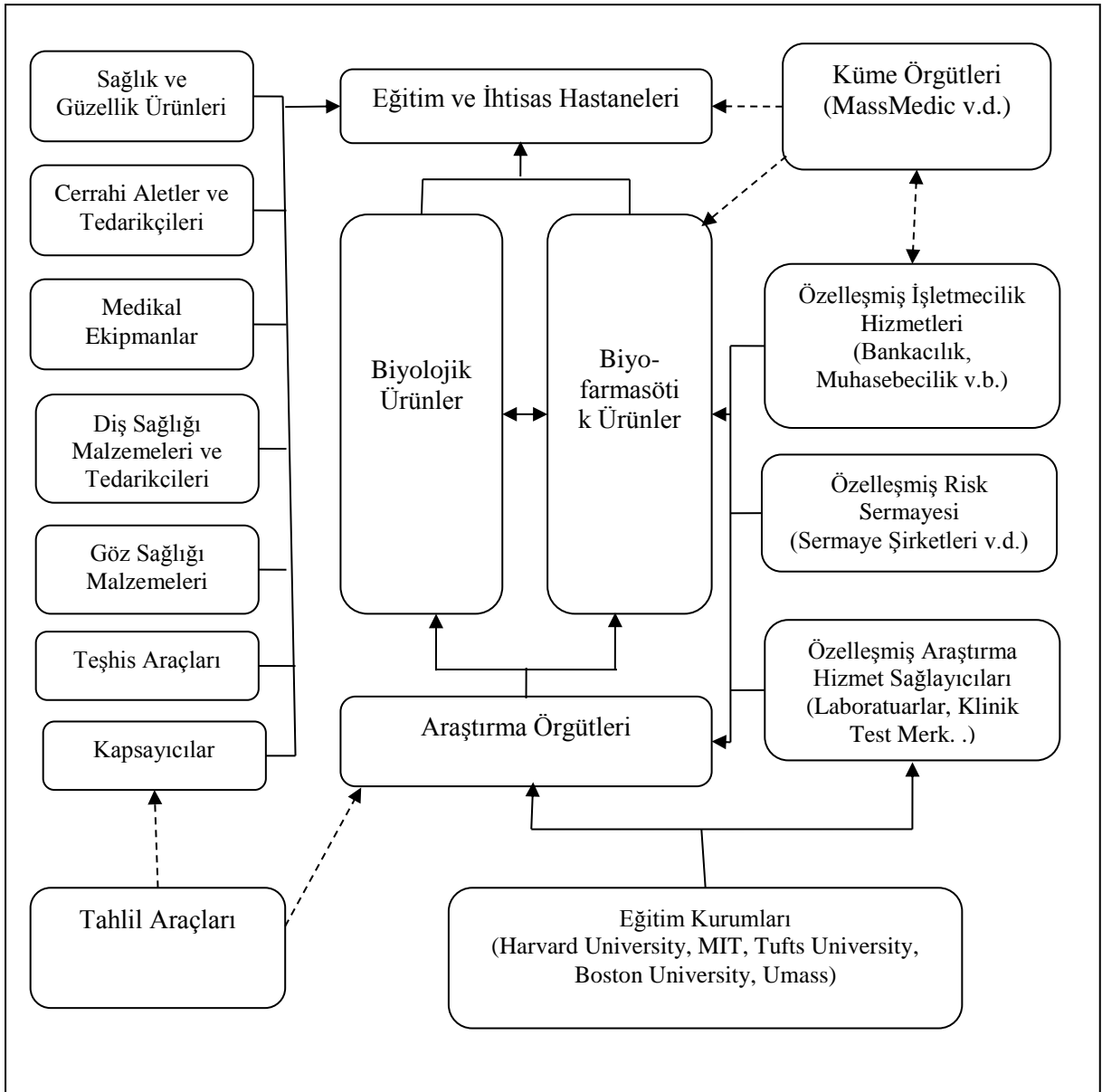
En yaygın kullanılan küme tanımı Porter (1998) tarafından yapılan tanımdır. Porter (1998) kümeleri şu şekilde tanımlar:

- Coğrafi yoğunluklardır,
- Birbiriyle iletimde bulunan işletmelerden, uzmanlaşmış tedarikçilerden, hizmet sağlayıcılardan, ilişkili sektörlerdeki işletmelerden, birlik ve kurumlardan (üniversiteler, ticaret odaları, dernekler v.b.) oluşmaktadır,
- Belli bir bölgede yer alır,
- Hem rekabet hem işbirliği içindedirler.

Bu tanım, küme yaklaşımının dört temel unsurunu ortaya koymaktadır (Porter, 1998):

- i. Coğrafi yoğunluk, küme yaklaşımının kalbidir. Bazı yaklaşımlar coğrafi yakınlığın olmadığı, geniş bölgeye yayılan işletmelerin örtük kümeler oluşturduğunu savunur.
- ii. Belli alanlarda işletmelerin uzmanlaşmış (birkaç sektöre yayılmış özellikli değer zinciri olarak) kümelerin yarar sağlayabilmeleri için ön koşuldur (Marshalyan dışsal yerel ekonomiler). Küme içindeki işletmeler, uzmanlaşmış tedarikçilerden, müşterilerden, teknolojilerden, pazarlardan, altyapıdan, nitelikli işgücünden, örtük bilgiden ortaklaşa faydalanır.
- iii. Kümede şirketlerle birlikte diğer kurumlar da (eğitim ve araştırma enstitüleri, düzenleyici kuruluşlar, kamu kurumları, aracılar, finans kuruluşları gibi) aynı bölgede yer alır. Küme, klasik işletme yazınındaki gelişme, kalkınma anlayışından daha geniş anlamda bir çatı, koşullar ve işletmeler dışındaki aktörlerin önemli bir rol oynadığı işletmecilik faaliyetleridir.
- iv. Kümelerdeki işbirlikçi rekabetin varlığı işletmeler için aynı anda hem tamamlayıcı hem destekleyici çalışma olduğunu göstermektedir. İşletmeler aynı pazarda rekabet içindeyken aynı zamanda işbirliği ve belli alanlarda güç birliği yapmaktadırlar. Bu durum işletmenin temel yeteneklerini etkilemeden ortak girişimlerden aynı ölçüde faydalanmalarını sağlamaktadır.

İşbirliği, sektörel bölgeler için önemli bir özelliktir. Özellikle küçük ölçekteki işletmeler geniş bir coğrafi alana yayılmış olsalar bile yakın ilişki içinde olabilmektedirler. Porter kümelerdeki yenilikçilik için rekabetin önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Yeni görüşler ise (inovasyon sistem yaklaşımı gibi) aktörler arası ilişkilerin tamamlayıcı olduğunu vurgulamaktadır. Şekil 2.1'de farklı paydaşlar arasındaki bağlantı özelleştirilmiş bir alanda örneklendirilmiştir:



Şekil 2.1 Boston Hayat Bilimleri Kümesi: Aktörler ve Üyeler

Kaynak: Porter, 2008'den uyarlanmıştır.

Araştırmacılar tarafından ağ (network) kavramının çoğunlukla sosyal ilişkilere, güvene, kaynakların paylaşılmasına dayalı yönetimin özel bir biçimi olan bölgesel kümeleri ifade ettiği ileri sürülmektedir. Sosyal ilişkilerin bilgi ve malumat akışı için en önemli kanallar olduğu ve coğrafi yakınlığın güven temelli sosyal ağları beslediği bilinmektedir (Vatne ve Taylor, 2000).

Küme literatürü incelendiğinde farklı görüş açılarına bağlı olarak çeşitli kümelenme türlerinin bulunduğu açıkça görülmektedir (Bulu, 2005). Kümelere ilişkin sınıflandırmaya ait temelde 4 kategori öne çıkmaktadır (He vd., 2008). Bunlar sırasıyla ilişki yönü, aktör türü, ölçek, gelişme yönü ve merkez yapısı kategorileridir. Aslında kümelenme tiplerinin

sınıflandırılması ampirik ve teorik çalışmaların da ana eğilimlerini ortaya koymaktadır. Bu tipolojilerin bütünleştirilmiş bir özeti aşağıda Tablo 2.1'de sunulmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2004).

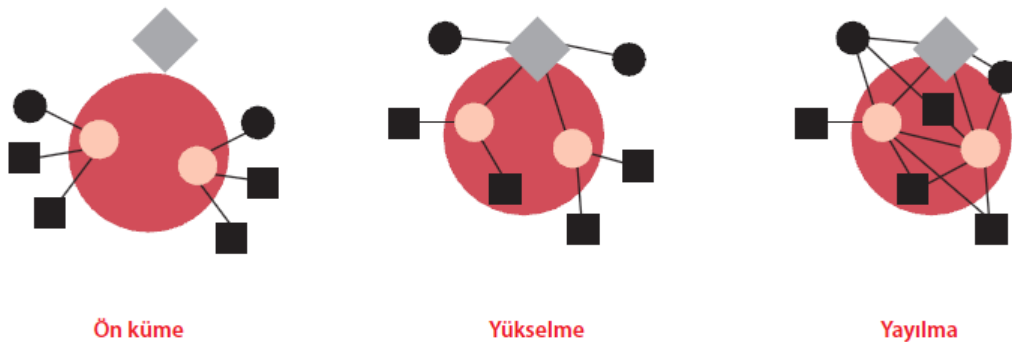
Tablo 2.1 Küme Tipolojisi

Kümelenme Tipolojisi	İlgi Odağı	
İlişki Yönüne Göre	Dikey Kümeler	İşletme gruplarında ve değer zincirinde, alıcıların ve araçların birbirleriyle sürekli, yoğun ve sağlam ilişkileri vardır.
	Yatay Kümeler	Tek bir sektörün işletmelerinin birbirine bağlanması ile oluşan işletme gruplarıdır. Yakın sektörlerin ürünlerin tamamlayıcılık ya da ikame ilişkileri nedeniyle ağ dışsallıkları oluşmaktadır.
	Kompleks Kümeler	İşletme grupları aynı zamanda hem yatay hem dikey olarak birbirleri ile bağlantılı ilişkilerinden oluşmaktadır.
	Kapsayıcı Kümeler	Kompleks kümelerin, sanayi ve hizmetleri, hem özel altyapıyı hem de önemli toplumsal aktörleri ve kamuyu kapsadığı ilişkilerden oluşan kümelerdir.
Aktörlere Göre	Yerel Merkezli	Kümeler bir bölgedeki bir veya birkaç işletmenin etrafında bir veya birden fazla endüstri şeklinde gelişmiştir.
	Doğrudan Yabancı Yatırım Merkezli	Uluslar arası işletmelerin fabrikalarının yoğunlaştığı bölgelerdir. Bu bölgelerde yüksek teknolojiye veya düşük işgücü maliyetlerine dayalı üretim gerçekleştirilir.
	Devlet Merkezli	Devlet merkezli bölgelerde oluşan kümelerdir. Örneğin, başkent, askeri üsler veya araştırma merkezleri ya da kamu şirketleri etrafında oluşan kümeler.
Ölçeğe Göre	Ulusal Düzey (Makro)	Ekonomik yapının içindeki endüstri gruplarıdır. Ulusal kümelerde ürün ve süreçler için inovasyon ve geliştirme ihtiyacı odaktır.
	Dal ve Endüstri Düzeyi (Meso)	Benzeri son ürün veya ürünler için oluşan endüstri içi ve endüstriler arası tedarik zinciridir. Birbiriyle girdi-çıkı ilişkisi olan mikro kümelerin bir araya gelmesinden oluşur. Endüstrilerin SWOT ve kıyaslama analizi yapılır, inovasyon ihtiyacının keşfedilmesi amaçlanır.
	Firma Düzeyi (Mikro)	Bir ya da birkaç işletme etrafında uzmanlaşan tedarikçiler ve bunların oluşturdukları ağdan oluşur. Stratejik iş geliştirilmesi, tedarik zinciri analizi ve yönetimi, ortak yenilik projelerinin geliştirilmesi odaktır.
Gelişme Yönüne Göre	İşleyen Kümeler	Kritik kitleye ulaşmış sayıda işletmeler, yerel bilgi, uzmanlık, personel ve kaynakları kendi avantajlarına uygun kullanarak kümeden dışındaki işletmelerle rekabet ederler.
	Gizli Kümeler	İşletme sayısı kritik kitleye ulaşmıştır fakat işletmelerin arasında coğrafi yakınlıktan faydalanmayı sağlayan ilişki ağı ve bilgi akışı yoktur.
	Potansiyel Kümeler	Başarılı kümeler oluşturmak için gereken niteliklerin

		bazılarına sahiptirler fakat yeterli değildir.
	Zorlama Kümeler	Bu kümeler hükümetin desteğine sahiptir fakat organik gelişme için gerekli olan kritik kitle ve olumlu koşullara sahip değildir. Örneğin hükümet programlarında yazılı olan elektronik ve biyoteknoloji kümelerinin büyük kısmı bu tanıma girmektedir.
	Göbek ve Ok Modeli Kümeler	Kümelerde bir veya birkaç büyük firmanın baskın konumdadır. Merkezde yer alan firma/firmaların çevresinde tedarikçiler ve diğer kurumlar yer alır. Kümelenme yapısı, tekerleğin göbeğine ve oklarına benzer. Merkez firmaların bölge dışındaki tedarikçilerle ve rakiplerle büyük ve önemli temel bağları vardır. Ölçek ekonomileri göreceli olarak yüksektir. Yatırım kararları yerel olarak alınır fakat küresel olarak yayılır. Baskın firmalar ve tedarikçiler arasında uzun dönemli kontrat ve anlaşmalar vardır. Taklit edilemez yerel kültürel kimlik ve bağlar vardır. Altyapının sağlanmasında kamuya yüksek seviyede bağlılık vardır.
	Uydu ve Sanayi Kümeleri	Merkezi başka yerde olan büyük işletmelerin şubelerinin kümelerde baskınlığı vardır. Önemli yatırım kararları dışsal olarak alınır. Rakip firmalar arasında düşük işbirliği vardır. Taklit edilemez yerel kültürel kimlik ve bağların gelişimi düşüktür. Risk paylaşımı ve piyasada istikrarı sağlamaya yönelik ticaret birlikleri yoktur. Yerel yönetimlerin teşvik, altyapı, vergi kolaylıklarında güçlü rolü vardır.

Kaynak: Bulu ve Eraslan, 2004; Keskin ve Dulupçu, 2010'dan aktarılmıştır.

Kümeler zaman içerisinde gelişmektedir ve kümelerin evrim geçirmesi uzun yıllar, hatta onlarca yıl sürebilir. Kümeler kendiliğinden oluşmamaktadır; kümeler ciddi sorunlar için geçici çözümler de değildir -daha ziyade küme içi ilişkiler, kültürel normlar ve resmi/gayri resmi örgütlenme önemlidir (Beyaz Kitap, s. 24, 2011). Aşağıda Şekil 2.2 bir kümenin 3 aşamalı yaşam döngüsünü özetlemektedir:



Şekil 2.2 Kümenin Yaşam Döngüsü

Kaynak: Beyaz Kitap, s. 24, 2011.

Ön küme aşaması, değişik aktörlerin belli bir coğrafyada konumlanmasıdır. Rekabetçi çalışmalara ilişkin çok az ilişki mevcuttur; şirketler coğrafi alan üzerinde vurgu yapmamaktadır. Yükselme evresinde, yığın içerisindeki bazı aktörler bağlantı kurmaya başlamaktadır. Küme yayılma evresinde ise, resmi veya gayri resmi işbirliği sağlayan kurumlar kümelenme sürecinde daha aktif bir rol oynamaya başlamakta ve şirket kurmalar, ortak girişimler ve yayılmalar yoluyla yeni firma oluşumunun içsel dinamiği kümenin belirleyici niteliği haline gelmektedir. Zaman geçtikçe, teknolojiler ve süreçler de değişmektedir ve böylece de şirketlerin ve kümelerin de temel yeterlilikleri değişim göstermektedir. Bir küme hayatta kalabilmek, sürdürülebilir olmak ve durgunluğu engelleyebilmek için yenilikler yapmalı ve değişikliklere uyum sağlamalıdır. Bu da yeni temel faaliyetler etrafında odaklanmış olan bir veya daha fazla yeni kümeye dönüşme anlamına gelebilir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

Kümenin evrimleşme süreci, birçok aktörün kararına göre gerçekleşen zamana bağlı bir oluşumdur ve böyle durumlarda koordinasyon, kümenin daha yüksek refah ile ilişkili evrimsel bir yola erişmesini sağlayabilir. Ele alınması gereken önemli bir husus ise, mevcut kümelerin ve kümelenme süreçlerinin kamu politikası ile hangi kapsamda desteklenebileceğini belirlemektir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

Bu çalışmada Antalya Bölgesi Turizm Kümesi ölçeksel sınıflandırmaya göre meso seviye olan endüstri bazında ele alınmış, kümenin algılanan performansını etkileyen unsurlar analiz edilmiştir. Bu analizler sonucunda, politikalarla desteklenmesi gereken öncelikli alanların tespitine yönelik çıkarım yapılabilecek bir araç elde etmek amaçlanmıştır.

2.1.2 Küme Girişimleri ve Küme Organizasyonları

Küme girişimleri, bir bölgedeki kümelerin rekabetçiliğini ve gelişimini artırmak üzere kümedeki işletmelerin, kamu kurumlarının ve araştırma kuruluşlarının organize çabaları sonucu ortaya çıkmaktadır. Küme girişimleri tamamen özel sektör eliyle de gerçekleştirilebilir. Ancak devlet politikaları ve fonlarıyla desteklenen küme oluşumları çoğunluktadır. Önemli bir kalkınma aracı olarak görülen kümeler, işletmelerden, akademik toplumdaki ve kamu otoritelerinden (üçlü sarmal) katılımcılarla bölgesel ve sektörel organize bir ağ oluşturur (Clar vd., 2008).

“The Cluster Management Guide” küme girişimlerinin yönetimi ve gelişimi için bir kılavuz olarak 5 temel alandaki görevlerini tanımlamaktadır (www.clusterforum.org, Sölvell vd. 2003):

- Malumat (information) ve İletişim: İnternet, küme veritabanı, iletişim platformu, toplantılar, şirket ziyaretleri v.b. aracılığıyla.

- Eğitim ve Nitelik Artırma: eğitim toplantıları, atölye çalışmaları, seminerler v.b. aracılığıyla.
- İşbirliği: İşletmeler, eğitim kurumları, hizmet sağlayıcıları, tedarikçiler arasındaki işbirliği projeleri.
- Pazarlama ve Halkla İlişkiler: Bilgi edinme broşürleri, reklamlar, ticari dergilerde makaleler, fuarlar, lobiler, şirket ziyaretleri.
- Uluslararasılaşma: Uluslar arası olaylara erişim, uluslar arası projelere katılım, farklı kümeler arası faaliyetler gibi.

Alan yazınında çok sık kullanılmakla birlikte küme kavramı genellikle üretim işletmeleri üzerinde çalışılmıştır (Bulu ve Eraslan, 2008). Son yirmi yıldır tüm dünyada endüstri kümelenmelerine gösterilen aşırı ilgi ve hükümetler düzeyinde kümelenmeleri destekleyici politikaların doğru yönlendirilmesi açısından kümelenme dinamiklerinin çok daha iyi anlaşılması zorunlu görülmektedir. Nitekim Mart 2007’de bir AB projesi olarak Merkezi Finans ve İhale Birimi tarafından desteklenen Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi çerçevesinde Türkiye’nin kümelenme haritası çıkarılmış, bu çalışmada Türkiye’nin küresel rekabetçilik açısından bir rol ayırımında bulunduğu tespit edilerek doğru kümelenme politikalarına olan ihtiyaç vurgulanmıştır (www.clusterturkey.com, 2010).

Dünya Ekonomik Forumu tarafından düzenli yayınlanan Küresel Rekabetçilik Raporu’nda (www.rekabet.gov.tr/dosyalar, 2010) Türkiye’nin ekonomik kalkınmışlık seviyeleri ölçeğinde verimliliğe dayalı kalkınmışlık düzeyinden yenilikçiliğe (inovasyona) dayalı ekonomik kalkınmışlık aşamasında geçiş sürecinde olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla bu aşamada yenilikçiliği teşvik eden politikalar büyük önem arz etmektedir. Kümelenmenin bu yolda doğru bir araç olarak kullanılması ve kaynakların etkili bir biçimde kullanılması çok önemlidir. Son on yılda ağlar ve kümeler kavramı turizm sektöründe de incelenmeye başlanmıştır (Novelli vd., 2006) ve popülerliği giderek artmaktadır. Bu popülerlik doğal olarak Türkiye’de de yankı bulmaktadır. Örneğin Dokuzuncu Kalkınma Planı kümelenmelerin desteklenmesini içermekte (www.dpt.gov.tr, 2010) ve 2009 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sisteminin 4 ana hedefinden birisi de sektörel kümelenmenin desteklenmesi olarak belirtilmektedir (T.C. Resmi Gazete, Tarih: 16.07.2009, Sayı: 227290, www.resmigazete.gov.tr).

Tüm dünyada uygulama alanı bulan kümelenmenin Türkiye’deki yansıması bunlarla sınırlı değildir. Kümelenme yaklaşımının Türkiye’de uygulanmasına yönelik olarak ilk önemli faaliyet; kümelenme yaklaşımını geliştiren Michael Porter’ın ekibi liderliğinde 1999 yılında başlatılan Türkiye’nin Rekabet Avantajı (Competitive Advantage of Turkey – CAT) platformudur. Platforma olan desteğin hem kamu hem de özel sektörde giderek artmasıyla

birlikte, platformun kurumsallaştırılması fikri ortaya çıkmış ve 2004 yılında Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) kurulmuştur (<http://www.urak.org>, 2010). Bunlara ek olarak, Dış Ticaret Müsteşarlığı da “Türkiye’de Kümelenme Politikalarının Geliştirilmesi” adı altında bir proje yürütmektedir. Türkiye için kümelenme politikasının geliştirilmesi projesi, DTM’nin yararlanıcı kuruluş olduğu, AB tarafından finanse edilen bir projedir (DTM, Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi, www.dtm.gov.tr, 2010).

Başta AB ülkeleri olmak üzere ülkelerin bölgesel ve ulusal gelişme bakımından üzerinde önemle durduğu kümeler (Novelli v.d., 2006) farklı büyüklüklerdeki işletmeleri tedarik zinciri vasıtasıyla bir araya getirir ve işletmeler arasındaki karşılıklı bağımlılıklar kümenin bütünlüğünü sağlar (Van den Berg v.d., 2001). İyi geliştirilmiş bir küme içerisinde (Erkuş-Öztürk, 2009);

- Ortak müşteriler (hem işletmeler, hem bireyler);
- Ortak tedarikçi ve hizmet sağlayıcıları;
- Ulaşım, iletişim ve tesisler gibi ortak alt yapı sistemleri;
- Yetenekli profesyoneller ve uzmanlaşmış işgören gibi insan kaynaklarından oluşan ortak havuz;
- Ortak öğretim eğitim ve çalışma tesisleri ve ortak işgören havuzu için yaklaşımlar;
- Ortak üniversite, araştırma merkezleri ve teknoloji kurumları;
- Ortak risk sermaye piyasaları

gibi ortak bağlantıların ve güçlü ilişkilerinin olması önem taşımaktadır. Bu tür bağlantıların sayısı ve ekonomik değerleri kümelerin rekabet güçlerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Jackson ve Murphy, 2006). Bu çalışmada yukarıda sayılan niteliksel küme performansı belirleyicilerinin (Sarvan vd., 2012) ilişki analizi yapılmaya çalışılacaktır.

İşletmeler, rekabetçi iş dünyasında hayatta kalabilmek amacıyla diğer işletmelerle işbirliğine giderek iş ağlarını ve kümelerini oluştururlar (Van den Berg v.d., 2001). Benzer bir kümelenme yapısı turizm sektöründe de görülmektedir (Bulu ve Eraslan, 2008; Pavlovich, 2003). Örnek olarak Türkiye’de Antalya Bölgesi’nde turizm kümelenmesi görülmektedir, birbiriyle rekabet halinde olan turizm işletmeleri bölgesel olarak rekabet üstünlükleri sağladığından (Grey, 1989; Hassan, 2000) dolayı bir bölgede toplanmışlardır. İşletmelerin kümeler halinde toplanmaları ayrıca kalifiye işgücü, destekleyici hizmetler, bölgesel teşvikler v.b. faydalar da sağlamaktadır (Bulu ve Eraslan, 2007).

İlk olarak bir ağ oluşturan işletmeler işlem maliyetlerini düşürerek ve artan ölçek ekonomileri aracılığıyla maliyetlerini düşürme imkanına kavuşmaktadırlar (Sarvan vd., 2012). Ayrıca ağı oluşturan işletmeler ortak bir kaynak havuzunu (insan kaynağı, hammadde, ara mamul, destekleyici hizmetler v.b.) kullanma imkânına sahip olduklarından dolayı kaynak

temini ile ilgili riski en aza indirmiş olmaktadır (Kumar ve van Dissel, 1996). İşlem maliyetleri teorisine göre (Young-Ybarra ve Wiersema, 1999) işletmeler yatay entegrasyondan fayda sağladıklarından dolayı kümelenirler. Ayrıca her bir ağdaki işletmeler arasında bilgi paylaşımı gerçekleşir bu durum işletmelerin birbirlerinden yeni fikirler, yeni iş fırsatları, yeni pazarlama uygulamaları, iş yapma biçimleri öğrenmelerini sağlar (Camagnhi, 1991; Roome, 2001).

Sonuç olarak ağa dahil olan işletmelerin iş yapma yetenekleri artmaktadır. Ağların birbirleriyle olan etkileşimleri sonucunda da bilgi ağlar arasında yayılmaktadır. İşletmelerin ağlar içerisinde yer almalarının bir diğer sebebi de ortak politikalar geliştirilmesine imkan sağlamasıdır. Ağa dahil olan işletmeler lobicilik faaliyetleriyle siyasi ve politik kararları etkileyebilmekte ağın yararına uygun ekonomik, çevresel ve sosyal düzenlemeleri gerçekleştirebilmektedirler. Nitekim ağların bir diğer yararı da kaynakları bakımından toplamın küçük bir kısmını oluşturan işletmelerin ağlar aracılığıyla karar alma sürecine dahil olabilmeleridir (Erkuş-Öztürk, 2009).

Aynı ağdaki işletmelerin birbirleri arasında satın almalar, işbirlikleri, ortak pazarlama çabaları ile bir işletmenin tek başına gerçekleştiremeyeceği rekabet üstünlüğü sağlanmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2004). Ancak bir ağın başarılı olarak işleyebilmesi için işletmeler arasında uyum olması gerekir. Kümeyi oluşturan işletmeler arasındaki uyum kümenin performansını belirler. Özellikle farklı büyüklüklerdeki işletmeler ve farklı türlerde hizmet sunan işletmeler arasında çıkar nedeniyle uyumsuzluklar yaşanabilir. Bir kümenin performansı ağ aktörleri arasındaki ilişkiler ile belirlenir. Bir kümenin performansı, küme içerisindeki aynı seviyedeki aktörler arası ilişkilerden ziyade, farklı sektörlerde faaliyette bulunan aktörler arasındaki ilişkiler tarafından belirlenir (Bulu ve Eraslan, 2008). Örneğin bir turizm kümesinde konaklama, ulaşım, yiyecek içecek, sağlık, telekomünikasyon, alt yapı , üniversite, devlet, alışveriş, sportif ve kültürel aktiviteler gibi farklı alanlarda faaliyette bulunan işletmeler, kurum ve kuruluşlar arasındaki ilişkiler bir kümenin performansı üzerinde önemli etkiye sahiptir (Erkuş-Öztürk, 2009).

Kümelenme ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, farklı araştırmacılar tarafından farklı tanımlamalar yapıldığından yukarıda bahsedilmiştir. Bu kümelenme tanımlarında yer alan şu ortak özellikler dikkati çekmektedir: Ağ, ağ ilişkileri, tedarik/değer zinciri, işbirliği, işbirliği içinde rekabet, sektörel/bölgesel/coğrafi yoğunlaşma (Asheim vd., 2006).

Kümelenme araştırmaları küme içi ve küme dışı ilişki ağlarının yapısının (sayısı ve bağlantı gücü) işletmelerin ve dolayısıyla kümelerin performansı üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır (Sarvan vd., 2012). Önceki kümelenme çalışmaları küme içi iletişim ağlarının firmaların ortaklaşa rekabetçiliklerinin yükselmesi üzerindeki etkilerini vurgularken daha

güncel çalışmaların küme dışı ve özellikle küresel bağlantıların hayati önemini kanıtlayan bulgulara ulaşması, kümelenme politikalarını derinden etkileme potansiyeli göstermektedir.

İlk kümelenme çalışmaları küme aktörlerinin yararlandığı coğrafi yakınlık etkilerini vurgularken, güncel araştırmalar bilgi saçılımları, teknoloji aktarımları, yenilikçilik açısından yerel bağlantıların önemini kabul etmekle birlikte küresel pazarlarla bağlantıların performansın göstergesi olduğu ve performansa etki eden küme aktörlerinin ilişkisinin hayati önemde olduğunu ortaya koymaktadır (Eraydın ve Köroğlu-Armatlı, 2005). Ancak kümeler arasındaki ilişkilerin nasıl ölçüleceği konusu hala bir sorundur. Bu çalışmada yapısal eşitlik modellemesi kullanarak Porter'a göre kümeyi oluşturan öğelerin (talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş stratejisi ve rekabet, destekleyici sektörler) algılanan performansa etkisi incelenerek alan yazınındaki bu eksikliğe katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

2.1.3 Kümeler ve İnovasyon

İşletmeler arası ilişkiler üzerinde gittikçe artan sayıda çalışma, bunların arasında kurulan ağların her düzeyde inovasyona kaynaklık etme potansiyeli taşıdığına vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla belli bir bölgedeki işletmelerin rekabet gücü, onların inovasyon yapmaya yönelik ağlara eklenme kapasitesini yansıtmaktadır. Diğer yandan dikkat edilmesi gereken bir nokta bölgesel inovasyon sistemleri arasında kümedeki aktörlerin farklı boyutlardaki etkileşimleri ve işbirliklerinin bölge içine ne kadar yayıldığıdır. Bu bağlamda inovasyon politikaları inovasyon ağları içinde kümelenmeleri sağlarken diğer yandan bölgesel sistemin rekabet gücünü artırmak üzere işletmeler arası ilişkileri de kurmayı içermektedir (Karlsson ve Westin, 1994).

Son zamanlarda iktisat yazınında sektörel, endüstriyel, bölgesel kümelerle yönelik ilginin artması, hem bu oluşumların dinamik ve yüksek performansa sahip olmasından hem de iktisadi gelişme, inovasyon ve işletmelerin rekabet gücü üzerinde yarattığı olumlu etkilerden kaynaklanmaktadır denilebilir. Kümeler ve ağlar inovasyon sisteminin değişik aktörleri arasında ilişki ve işbirliğini teşvik etmekte ve inovasyon potansiyelini harekete geçirmektedir (Freeman, 1991).

Hizmet sektörü inovasyon sürecinde rolü giderek artmakta, turizm sektöründe de örtük bilginin iletimi için ilişkilerin ve işbirliklerini geliştirilmeye çalışıldığı, bilgi ve kaynak değişimini, karşılıklı öğrenmeyi besleyen inovasyonu teşvik eden örgütlenmeler, politikalar ve davranış kalıplarının yaygınlaştığı bilinmektedir (Stenberg, 2000).

2.2 Küme Politikaları ve Küme Performansı

2.2.1 Küme Geliştirme Politikaları

Hükümetler ile diğer kamu kurumları rekabetçiliği ve yenilikçiliği desteklemek amacıyla küme politikaları uygulama çabasındadırlar (OECD 1999, 2001, 2007). Örneğin Avrupa Komisyonu kümelerle ilgili olarak gerçekleştirilmesi gereken amaçları belirlemiş ve bir yayınlamıştır (The European Cluster Alliance tarafından hazırlanan 2007 yılında sunulan “European Cluster Memorandum Promoting European Innovation Through Clusters”, (www.ipyme.org). Bu memorandumda Avrupa Birliği’nin neden daha güçlü kümelere ihtiyacı olduğu ve devletin kümeleri güçlendirmek için neler yapabileceği özetle ele alınmıştır. Buna göre güçlü kümeler yenilikçilik ve rekabet için temel element olarak görülmektedir.

Küme geliştirme politikalarının aşağıdaki unsurları içermesi gerekmektedir (Eraydın ve Köroğlu-Armatlı, 2005):

- Stratejik kararların alınması ve uygulanması
- Hem özel hem kamuyu kapsaması
- Bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması.

Elbette küme geliştirme politikaları küme girişimleri ile bağlantılıdır. Küme girişimleri teriminin kullanıldığı yerlerde ortak hareketin örgütsel biçimine odaklanılmaktadır. Küme geliştirme politikaları, karar alma sürecine vurgu yaparak işletmelerin başarısını ve bölgesel ekonomik kalkınmayı hedef alan bir çatı ve koşulları hazırlamayı amaçlamaktadır. Politikalar devletteki karar alma süreci ile sınırlı değildir. Buna rağmen geniş ölçüde devlet politikası olarak bilinmekte ve kümelerin biçimlendirilerek geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır (Andersson vd., 2006).

“The Cluster Policies Whitebook” (Andersson vd., 2004) politika oluşturmakla ilgili aşağıdaki gerekçeleri sunmaktadır:

- Pazar Yetersizliği (Market Failure): Bu durumda pazar yetersiz ve kusurlu bir yapıya sahiptir. Örneğin bilgi oluşumu pazarın yetersizliğinden çok etkilenir. Gelecek yönelimli iş yapma bilgisinin özel yatırımlara dönüşümünde oran düşükse hükümet politikaları Ar-ge çalışmalarının uyarılmasını hedeflemelidir. Pazarda lider konumdaki girişimler şu anki yatırımlar ve gelecekteki özel sektör yatırımları arasında köprü kurabilir. Hatta büyük şirketler tarafından oluşturulan stratejik bilgi daha küçük şirketlere yeni işler geliştirmek için başlangıç olması amacıyla sunulabilir. Küme politikası stratejik bilginin, stratejik ortaklıkların ve ortak girişimlerin kurulduğu bir işletme ekosistemi yaratabilir.

- Devlet Politika Yetersizliği: Bu durumda hükümetler ve diğer kamu kurumları, bölgesel aktörler için koşulların etkisiz ve verimsiz bir yapıya sahip olması ve pazarın ihtiyaçları ile ilgili yeterli bilgiye sahip değillerdir. Küme politikaları sayesinde devlet, sektörlerle, bilim camiası ve diğer aktörlerle bağ kurabilme olanağı bulabilirler.
- Sistemik Yetersizlik: Bu durumda aktörler, kurumlar ve örgütler arasında uyumsuzluk ya da aykırılık vardır. İnovasyon sistemleri çok sayıda aktörün, çeşitli seviyelerde ve pek çok disiplinle olan ilişkilerinden oluşur ki bu sistemik perspektifi ve koordine edilmiş bir yaklaşımı gerektirir. Küme politikaları sayesinde inovasyon stratejileri oluşturmak için farklı bakanlıklar ve kamu otoriteleri kapsamlı, sistemik, çok boyutlu uygulamalar oluşturabilirler.

Küme politikası, taşlaşmış yapıları kırıp inovasyona yol açar. Ancak bunun için tüm iddia sahiplerinin koalisyonu gerekir. Siyasi ve yerel oyuncular zaten kıt olan kaynakların israfını önlemek için küme kavramını doğru anlamalı ve uygulamalıdır (Clar vd., 2008).

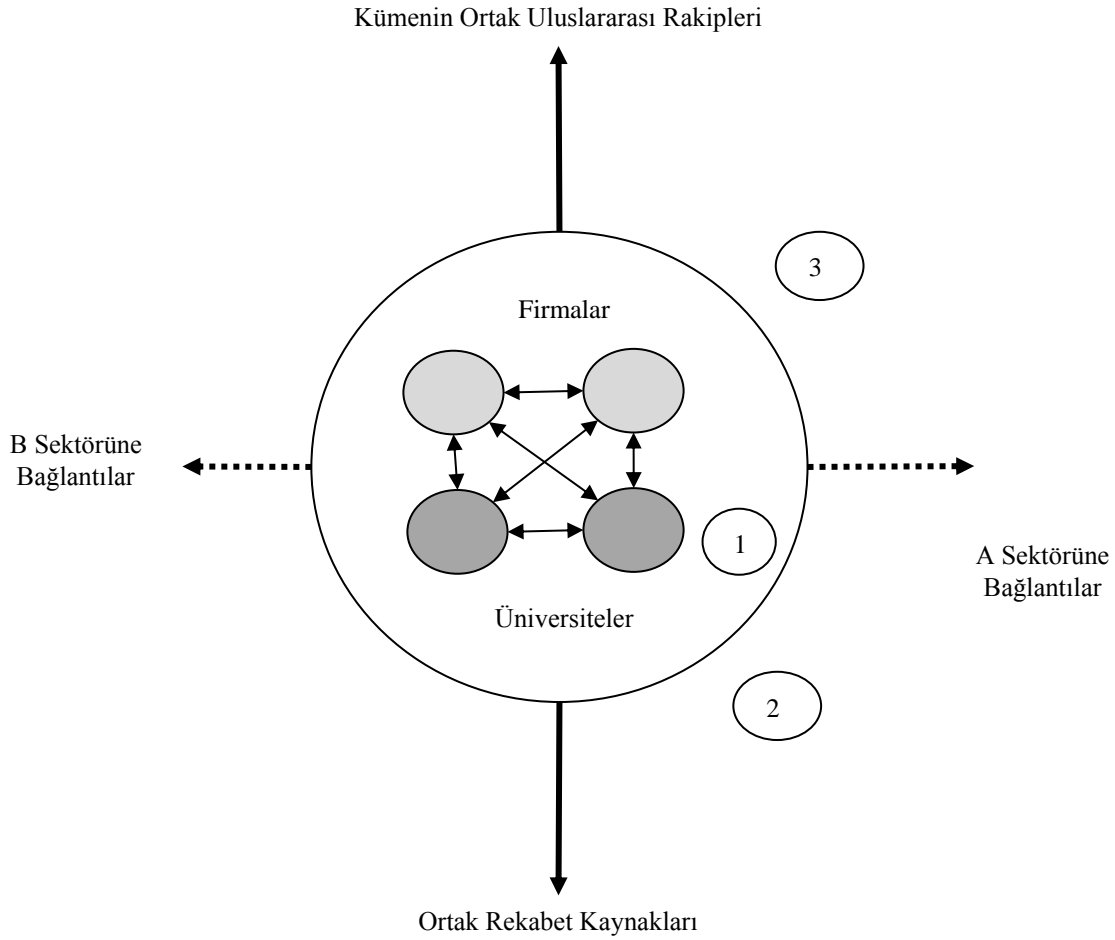
Küme oluşturmanın farklı yaklaşımları vardır. OECD ülkelerinde yürütülen bir araştırma küme politikasının dört ayrı modeli olduğunu ortaya koymuştur. “Ulusal üstünlük” modelinde politika ulusal düzeydeki kümeleri hedef alır. “KOBİ ağ” modelinde odak noktası yerel KOBİ ağlarıdır. “Bölgesel küme geliştirme” modelinde geniş tabanlı küme gruplarını desteklemek için çeşitli politika araçlarından yararlanır. “Araştırma-Sanayi İlişkileri” modelinde politikanın odak noktası üniversite-sanayi işbirliğini geliştirmektir. Bu dört model birbiriyle uyumsuz olmamakla birlikte her birinin hedefleri ve öncelikleri farklıdır fakat sonuçta ortak politikaları paylaşırlar. Bu politikalar üç grupta toplanabilir (Andersson vd., 2006):

- Birincisi, küme politikaları tek tek firmaları değil, tüm network’u desteklemeye yöneliktir. Bu ağlar sektör grupları yanında büyük firmaları, KOBİ’leri, araştırma enstitülerini ve kamu kurumlarını birbirine bağlayan sektör içi değer zincirleridir. Politikanın amacı her bir bileşkeni ayrı ayrı değil, network’un tümünü geliştirmektir. Dolayısıyla da kamunun katkısı küme içindeki belli firmaları sübvansetmeyi değil, tüm kümenin gelişme koşullarını büyütmeyi hedef alır. Özel altyapı kurmak, ihracat pazarlaması/markalaşma programları geliştirmek, firmalar arası ve firmalar üniversiteler arası işbirliğini teşvik gibi önlemler getirir.
- İkincisi, küme politikası yalnızca seçilmiş kümelerle ilgilidir. Bu yaklaşım, kaynakların bölgedeki o kaynaklardan en fazla yararlanabilecek sektörlerde toplanmasını sağlar. Yerel ekonominin bütün ihtiyaçlarını gidermeye çalışmaktansa birkaç sektörün gelişmesini hedef alır. Amaç, bu sektörel değer zincirlerini bir omurga haline getirerek bir dizi çarpım etkisiyle geliri, istihdamı, araştırma ve ürün performansını arttırıcı bir ekonomik büyümeyi bu omurganın çevresinde

geliştirmektir. Küme politikaları genelde kamu sektörü tarafından başlatılsa da özel sektörün de önemli rolü vardır. Küme elemanları başlangıçtaki strateji belirme döneminde küme politikasının stratejik yönünü ve hedeflerini belirlemeye katkıda bulunurlar, küme projelerini finanse ederler ve küme politikalarının uygulanmasını sağlarlar.

- Küme politikalarının üçüncü özelliği, küme içi öğrenmeyi ve inovasyonu geliştirmeyi hedef almasıdır. Bunun geleneksel sistemden farkı, tüm bölgenin inovasyon gücünü geliştirmekten ziyade belli sektörlerinkini geliştirmeye yönelik olmasıdır. Zaten kümenin bir başka tanımı da, ekonominin herhangi bir bölümüne nazaran bilgi akışının nitelik ve nicelik olarak çok daha yoğun olduğu ağlardır.

İnnovasyon için çok boyutlu destek küme politikasının özünü teşkil eder. Sektörlerin rekabet üstünlüğünü sürdürmeleri için bilgi ve inovasyon belli bir sektör/bölgede yayılmalı ve o sektörün rekabet gücünü artıracak ürünlere ve hizmetlere dönüşmelidir. İnnovasyon doğrusal bir süreç değil, firma içi ve firmalar arası çeşitli fonksiyonların (pazarlama, insan kaynakları vs) karmaşık bir ilişki ağıdır.



Şekil 2.3 Küme Dinamiğinin Temel Özellikleri

Kaynak: www.kalkinma.gov.tr, 2011.

Şekil 2.3'te 1, kümenin esas elemanları (firmalar – araştırma kurumları vs) arasındaki ilişkidir. 2, küme içindeki firmalara açık, dışarıya kapalı ortak rekabet avantajları (sektöre ilişkin anahtar bilgiler, teknolojik ve örgütsel altyapı, teknoloji transferi, küme ihtiyaçlarına göre tasarlanmış işgücü eğitimi ve risk sermayesi temini) ifade eder. 3 ise kümenin kolektif kimliği, elemanların kümeye aidiyetidir ki bu kimlik kümenin dış tanıtımında ve pazarlamasında, kümeyi temsil eden kurumlar oluşturulmasında ve kümenin ana rakipleriyle kıyaslanmasında (benchmarking) yararlanılır (Beyaz Kitap, 2008, www.smenetwork.gov.tr, 2011).

Küme politikaları, sanayi politikası, bölgesel gelişim politikası ve bilim/teknoloji politikasının birleşme sınırında yer almaktadır. Bütünüyle küme politikalarının amacı ulusal değil yerel rekabet üstünlüğü sağlamaktır. Küme kavramı, yeni bölgesel ekonomik politikalarla da uyum içindedir. Bölgesel ekonomiyi destekleme politikaları bölgesel ortama yeni tanımlar ve etkileme yöntemleri getirmiştir. Politikalar git gide bölgeyi “birbiriyle ilişkili

varlıklar bütünü olarak görmektedir. Bölgesel politikalar varlıkları ayrı ayrı geliştirme yanında mevcut varlıklar arasındaki etkileşmeyi de arttırmaya odaklanmayı amaçlamaktadır. Geleneksel teşvikler genelde belli bir varlığın cazibesini artırma, geliştirme ve korumaya yönelik kümelenme politikaları ile amaç, yerel ekonomideki varlıkların sayısını ve bu varlıklar ile daha geniş bir bölgesel ekonomik ortam arasındaki bağların katma değerini arttırmaktır. Bu durumun kendini yeni yabancı sermaye yatırım politikalarında belli ettiği söylenebilir. Yabancı sermaye yatırımlarının yerel ekonomiye katkısını arttırmak için yatırımcılar ile yerel tedarikçiler arasındaki bağlantıların geliştirilmesine ağırlık verilmektedir (www.kalkinma.gov.tr).

Bölgesel ekonomik gelişmede, güçlü bölgesel politika kurumlarının önemi gitgide artmaktadır. Batı Avrupa'da bölgesel kalkınmadan sorumlu kurumlar yerini bölgesel kalkınma ajanslarına bırakmıştır. Bölgesel kalkınma politikalarının belirlenmesi de merkezden uzaklaşmaktadır. Gerekli finansman merkezden karşılanmaya devam edilse de, aşağıdan yukarı yaklaşım yaygınlaşmaktadır zira yerel kurumların yerel ekonomik ihtiyaçları daha iyi saptayacağı anlaşılmıştır (www.kalkinma.gov.tr).

2.2.2 Türkiye’de Küme Politikaları

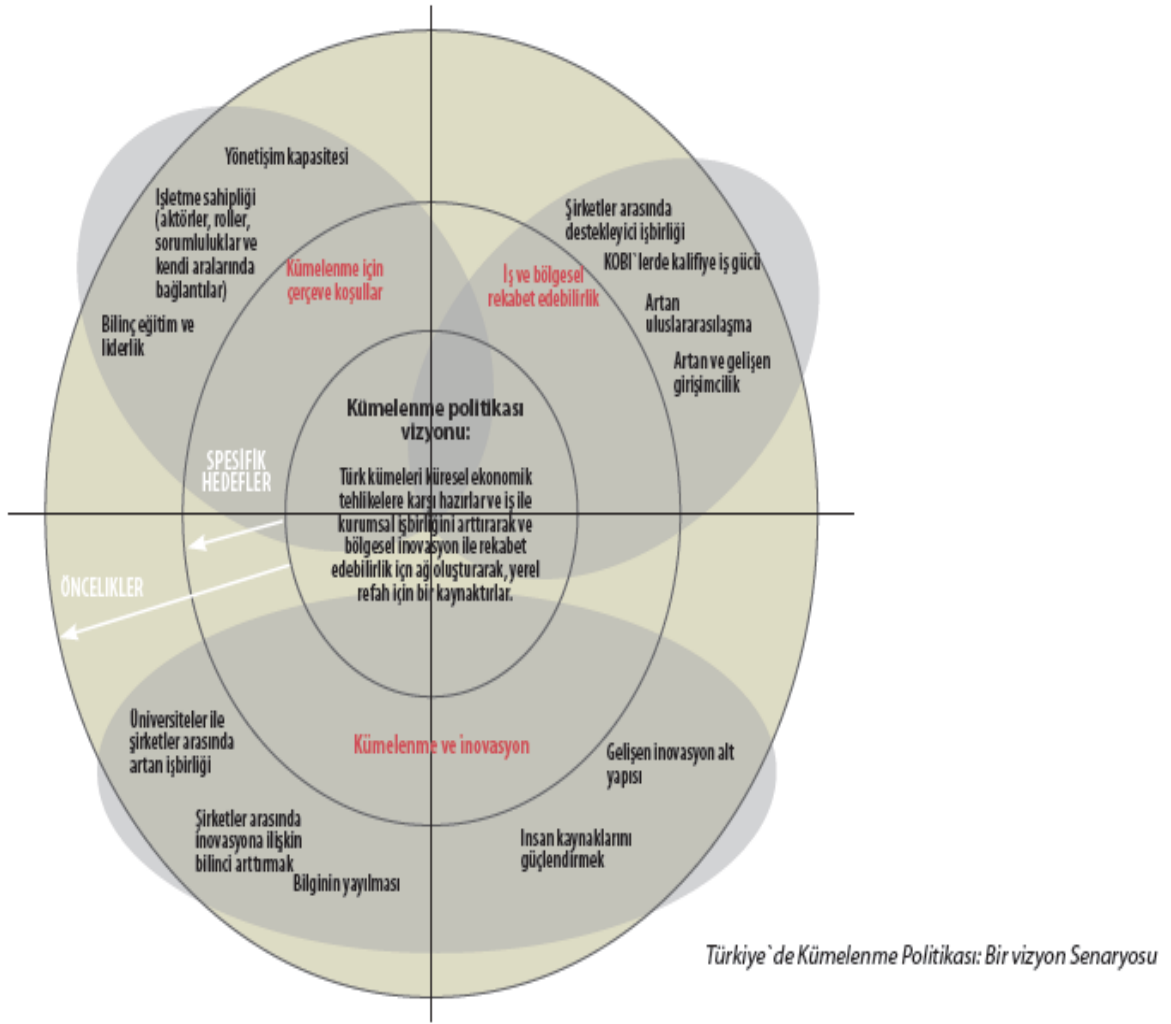
Küme politikası bağlamında entegre yaklaşım AB'nin yapısal reformları sayesinde ortaya çıkmıştır. Yapısal fon stratejilerinde AB normlarına uyabilmek için bölgesel kamu kurumları farklı kalkınma ajansları arasında ortaklıklardan yararlanmakta böylece küme politikalarının temelini atmaktadır. Nitekim Türkiye’de de Ekonomi Bakanlığı'nın faydalanıcı kuruluş olduğu “KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi”, uzun adı ile “Ağ Oluşturma ve Bölgelerarası İşbirliği için KOBİ’lerin Güçlendirilmesine Yönelik Teknik Yardım” Projesine, 22 Şubat 2011 tarihinde başlanmıştır. Proje, “Türkiye’de Kümelenme Politikasının Oluşturulması (2007-2009)” projesinin devamı niteliğindedir. “Türkiye’de Kümelenme Politikasının Oluşturulması” projesi Türkiye genelinde kümelenme alanında farkındalık ve kapasite oluşmasını sağlamış, alanda yapılacak yeni ve kapsamlı çalışmalara zemin hazırlamıştır. Proje kapsamında 5 ilde (Çorum, Gaziantep, Kahramanmaraş, Trabzon, Samsun) kurulan Kümelenme Bilgi Merkezi aracılığıyla KOBİ'lere eğitim, bilgiye erişim, verimlilik ve rekabet güçlerini artırma konusunda stratejik destek sağlanmaktadır (Çağlar, 2012).

Aynı proje kapsamında oluşturulan Beyaz Kitap, Türkiye’de kümelenme politikası için mantıksal bir çerçeve belgesi sunmaktadır. Beyaz Kitap Türk Hükümeti'nin kurumları tarafından üstlenilecek ulusal kümelenme politikası için karar verme sürecine temel oluşturacak teknik bir belge olarak sunulmuştur. Ana konuları ve Türk ekonomisinin kümelenmeden sağlayabileceği yararları vurgulamaktadır. Bu nedenle, Beyaz Kitap'ın amacı

söz konusu politika dâhilinde izlenecek olan stratejik vizyonu, genel hedefleri ve öncelikli faaliyetleri netleştirmektir. Bundan ötürü, özel araçlar belirlememekte, finansman tahsis etmemektedir. Yükümlülükler yaratmak yerine, politik hedefleri belirlemekte ve seçilen faaliyetlerin neden önemli görüldüğüne ilişkin motivasyonu sunmaktadır. Beyaz Kitap, Dış Ticaret Müsteşarlığı başta olmak üzere, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Hazine Müsteşarlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, TÜBİTAK, TOBB, KOSGEB, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, TÜSİAD, MÜSİAD ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin de dahil olduğu on altı paydaşın doğrudan ve etkin katılımı ile hazırlanmıştır (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

Beyaz Kitap'ın ilk üç bölümü, hazırlanma süreci esnasında kabul edilen genel yaklaşımın, uluslararası deneyimlerden elde edilen küme ve kümelenme politikası hazırlanmasıyla ilgili kavramların ve bunların Türkiye bağlamında ve özellikle daha önce geliştirilen deneyimlerde nasıl dikkate alındıklarının altını çizmektedir. Dördüncü Bölüm, politikanın dahil edileceği Türkiye kapsamına odaklanmaktadır. Beşinci Bölüm ise, daha önceki deneyimleri, mevcut çerçeveyi, yerel ekonomik sistemi ve kurumsal oluşumu inceleyerek; güçlü yönler, zayıflıklara, fırsatlara ve tehditlere ilişkin yapılan analizin (SWOT analizi) sonuçlarının altını çizmektedir (www.kalkinma.gov.tr, 2011).

Aşağıdaki şekil kümelenme politikasının hatlarını sunmakta olup, politikanın tasarım sürecinde paydaşlar tarafından yapılan tartışmaları, ortaya konulan görüşleri ve alınan kararları özetlemektedir (www.smenetworking.gov.tr, 2011):



Şekil 2.4 Türkiye'de Kümelenme Politikası: Bir Vizyon Senaryosu

Kaynak: www.smenetworking.gov.tr, 2011.

Şekil 2.4'te kümelenme politikası vizyonu merkezde olmak üzere çerçeve koşullar, inovasyon ve rekabet vizyonun yakın çevresine yerleştirilmiştir. Bu çalışmada yakın çevrede betimlenen kümenin rekabet edebilirliği açısından algılanan performans ele alınmıştır.

Tablo 2.2 devlet tarafından hazırlanan kümelenme politikalarının hedeflerini ve önceliklerini vermektedir:

Tablo 2.2 Kümelenme Politikası ve Program Yapısı

Kümelenme Politikası Hedefleri ve Öncelikleri		
1. Politika Yönetişimi ve Teknik Destek Programı Amaç: Kümelenme politikasının ulusal ve yerel düzeyde pürüzsüz uygulanmasını sağlamak Referans politikasının özel amacı: kümelenme için çerçeve koşullar		
2. Küme Rekabet Edebilirlik Programı Amaç: Küme işletmeleri ve ilgili kurumlar arasındaki işbirliğini ve ağ oluşturmayı güçlendirmek Referans politikasının özel amacı: İşletme ve yerel rekabet edebilirlik	3. Küme Uluslararasılaştırma Programı Amaç: Kümenin uluslararası performansını güçlendirmek Referans politikasının özel amacı: İşletme ve yerel rekabet edebilirlik	4. Küme Yenilikçilik Programı Amaç: Yenilikçilik faaliyetlerini desteklemek ve kümelerdeki üçlü sarmalı güçlendirmek Referans politikasının özel amacı: Kümelenme ve yenilikçilik

Kaynak: www.smenetworking.gov.tr, 2011.

Tablo 2.2'de görüldüğü gibi devlet kümelenme için bazı çerçeve koşulları belirleyerek rekabetçiliği artırma çabasıdadır.

2.2.3 Kümelerin Faydaları

Bir kümeye dahil olmanın bir örgütler için çeşitli faydalar sağladığı genel olarak kabul görmektedir. Kümeye dahil olan örgütler, değişkenlik gösteren ortamlara daha uyumlu ve esnek hale gelerek, bilgi düzeylerini ve becerilerini daha etkili bir biçimde geliştirebilme eğilimindedir. Küme paydaşları dahil oldukları kümenin getirisi olarak aşağıda belirtilen avantajlara sahip olabileceği savunulmaktadır (Sarvan vd., 2012; Beyaz Kitap, s.23, 2011):

- Uzmanlaşma yoluyla, kümeler işletmelerin ölçek ekonomilerine ulaşmasını sağlayabilir. Örneğin, toplu girdi satın alma sözleşmeleri, ortak pazarlama faaliyetleri, uzmanlaşmış girişim sermayesine daha fazla erişim, uzmanlaşmış tedarikçilerin ve diğer uzmanlaşmış destek hizmetlerinin mevcudiyeti, küme kapsamındaki şirketlerin kendi işlerine daha fazla odaklanmalarına ve daha yüksek çıktı seviyelerine ulaşmalarına olanak tanıyan yaygın yan ürünlerdir. Kümeler özellikle KOBİ'lere, kendi başlarına elde edemeyecekleri kritik bir hacme ulaşma olanağı sağlayabilmektedir. Bir küme dahilindeki KOBİ'ler tamamlayıcı becerileri ve kaynakları bir araya getirebilmekte ve böylece daha büyük veya daha karmaşık işleri yönetebilmektedirler.
- Kümeler, işlem maliyetlerini düşürerek, esnekliği arttırarak ve uzmanlaşmış kaynaklara (uzmanlaşmış işçilik becerileri, bilgi, vb.) erişimi sağlayarak, işletmelerde verimlilik artışının gerçekleştirilmesini kolaylaştırabilir. Küme kapsamındaki bir işletmenin ve bağlı kurumların yakınlığı işlem maliyetlerini azaltabilmekte ve reaksiyon sürelerini kısaltabilmektedir. Kümeler, daha katı ve hiyerarşik üretim

modellerinin aksine, küçük ve ihtisaslaşmış şirketlere dayanan ve “esnek uzmanlaşma” modellerinin uygulandığı platformlar olabilmektedir. Ayrıca, kümeler deneme ve başarısızlık maliyetlerini düşürebilmekte ve böylece yenilikçi yeterliliklere daha fazla katkıda bulunabilmektedir.

- Kümeler yenilikçiliğin gelişebileceği bir çevre ve platform sunabilmektedir. İşletmeler ve kurumlar arasındaki çok taraflı ve yoğun etkileşim, teknolojik ve teknolojik olmayan yenilikçiliğin gerçekleşmesini sağlayan başlıca süreçtir. Bir küme dahilinde, sosyal ve gayri resmi bağlantılar bilgi dolaşımını ve hem biçimsel, kodlanmış bilginin hem de gayri resmi bilginin alışverişini olanaklı kılmaktadır. Böylece, kümeler şirket içi ve toplu öğrenme süreçlerinin yanı sıra bilgi akışını ve yayılmasını geliştirebilirler.
- Kümeler, oluşturuldukları bölgenin dikkat çekiciliği ile imajı ve dolayısıyla da genel anlamda çekiciliğini arttırmaktadırlar. Özellikle de doğrudan yabancı yatırımı kümeye çekmek için teşvik edici bir faktör olabilmektedirler.
- Kümelerde, şirketleşme daha yüksek seviyededir. Sıfırdan başlayan şirketler dış tedarikçilere ve ortaklara daha bağımlıdır ve tüm bunlar da bir küme içinde bulunabilir.
- Kümedeki örgütler küme içinde etkileşimde bulunduğu, iletişim kurduğunda ve rekabet ettiğinde, uzun vadeli rekabetçi avantajlar yaratırlar.

2.2.4 Türkiye’de Kümeler ve Ağlar

Kümeler ve kümelenme, Türkiye’de politika gündeminde yeni yer almaya başlayan kavramlardır. Bu bağlamda, henüz kümelenmelere özel bir yasal çerçeve bulunmadığı gibi kümelenme politikalarının ve faaliyetlerinin düzenlendiği belli bir politika alanı da bulunmamaktadır. Kümelerin örtüşen kavramsal tanımları nedeniyle, çeşitli politika alanları olası kümelenme politikalarını etkilemektedir. Kümeler, başlıca beş politika alanının kesişim noktalarında bulunmaktadır: bölgesel kalkınma politikaları, sanayi politikaları, bilim ve teknoloji politikaları, KOBİ gelişim politikaları, dış ticaret politikaları. Ayrıca, tarım politikaları, çalışma politikaları, insan kaynakları ve eğitim politikaları (mesleki eğitim, üniversite düzeyleri, teknik ve iş) ile turizm politikaları da kümelenme ile ilişkili politika alanlarıdır. Yenilikçilik, ar-ge ve tasarım alanlarında, girişimciliğe ve becerilerin oluşturulmasına doğrudan etki yaptığı için eğitim özel bir önem taşımaktadır (Beyaz Kitap, s. 25, 2011). Bu çalışmada kümelenme yaklaşımı turizm politikaları çerçevesinden ele alınmaya çalışılmıştır.

Son dönemde hazırlanan bölgesel kalkınma politikalarının büyük bölümünde işbirliğinin önemi üzerinde durulmakta, bölgesel kalkınmada ve bölgeler arası farklılıkları azaltmada

kümelenme önemli bir araç olarak tanımlanmaktadır. İstihdam ve iş fırsatlarının artırılması, ar-ge ve yenilikçilik teknolojisinin geliştirilmesinin yanı sıra şirketlerin rekabet edebilirliğinin teşvik edilmesi, bölgesel çekiciliğin ve sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi için kümelenme bir araç olarak görülmektedir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

9. Ulusal Kalkınma Planı, “Bölgesel Kalkınmayı Sağlama” hususunu istikrarlı bir yapıda ekonomik büyümeyi ve sosyal gelişimi sürdürmek için gerekli olan gelişim eksenlerinden birisi olarak tanımlamaktadır. Plan, bölgesel kalkınmadaki farklılıkları azaltmayı ve aynı şekilde bölgelerin rekabet edebilirliğini arttırmayı amaçlayan dengeli bir bölgesel kalkınma politikasının önemini vurgulamaktadır. Bölgesel rekabet edebilirliği yerel potansiyeller temelinde güçlendirme hedefi, başlıca yol gösterici ilke haline gelmiştir. “Kalkınma Ajansları’nın” kurulması ve ilgili idari reformlar (yerel yönetimlere daha fazla yetki veren yerel idari reform ve mali reform gibi) bu dönüşümü örneklemektedir. Ana hedef, yerel aktörlerin, yerel girişimciliğin ve yerel kaynakların geliştirilmesine vurgu yaparak, kalkınmaya ilişkin genel bir “tabandan tavana” yaklaşımını kabul etmektir (Beyaz Kitap, s. 34, 2011).

Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) sürdürülebilir kalkınma kapsamında uygulanan çok sektörlü ve bütünleşik bir bölgesel kalkınma projesidir. 2008 – 2012 yılları için hazırlanan GAP Eylem Planı, Hükümet tarafından yayımlanmıştır. Bu planda, KOBİ’ler tarafından ortak tasarım / üretim / Ar-ge / test ve analiz merkezleri kurma gibi işbirliği ve kümelenme faaliyetlerinin destekleneceği belirtilmiştir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

DPT tarafından hazırlanan 2009 – 2011 yılları için Orta Vadeli Program da, bölgesel kalkınmayı sağlayan ve yerel dinamikler ile iç potansiyelleri harekete geçiren şirketlerin rekabet edebilirliğine güçlü bir vurgu yapmaktadır. Konuyla bağlantılı başlıca müdahale alanları olarak girişimcilik, yenilikçilik, verimlilik ve mali hizmetlerin çeşitliliği ile şirketler arasında işbirliğini destekleme hususları tanımlanmıştır (Beyaz Kitap, s. 34, 2011).

9. Ulusal Kalkınma Planı ile uyum içinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından 2007’de hazırlanan ve AB katılım sürecinin temel belgelerinden biri olan “Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı” hedeflerini şöyle tanımlamaktadır: “Türk ekonomisinin rekabet edebilirliğini arttırmak, AB ekonomisi ile uyumunu sağlamak ve bölgesel sosyo-ekonomik farklılıkları azaltmak”. (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2007). Program; imalat ve turizm sektöründe, bilgi toplumu, araştırma ve geliştirme ile aynı şekilde yenilikçilik konularında faaliyet gösteren KOBİ’lere odaklanmaktadır. Seçilebilecek bölgeler ise, kişi başına gelirin Türkiye ulusal ortalamasının %75’inin altında olduğu bölgeler olarak belirlenmiştir. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı iki önceliğe

dayanmaktadır: 1. İş çevresinin geliştirilmesi ve 2. Şirket kapasitesinin güçlendirilmesi ve girişimciliğin teşvik edilmesi (www.kalkinma.gov.tr, 2011).

Tablo 2.3'te kümelenmelere ait kurumsal yapılar görülmektedir.

Tablo 2.3 Türkiye Bağlamında Kümelenme İle İlgili Kurumsal Yapılar

Kurumsal Yapı	Kavramsal Tanım	Kurumsal Yapılar
Bölgesel Yığın	Birbirleriyle ilişkili ve aynı sektördeki firmaların zorunlu olmaksızın coğrafi olarak aynı bölgede yığılmaları	Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), İhtisas OSB, Serbest Ticaret Bölgeleri, Teknoparklar (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri)
Kümelenme Projeleri	Belirli bir iş kolunda, belirli bir bölgede ve tamamlayıcı bir biçimde aktörlerin yoğunlaşmaları ve birbirleriyle bağlantılı olmaları	Adıyaman Kümelenme Projesi (hazır giyim), Şanlıurfa Kümelenme Projesi (hazır giyim), Moda ve Tekstil Kümelenme Projesi, Bartın Kümelenme Projesi (gemi sanayi), Çukurova Kümelenme Projesi, bölgesel yenilikçilik sistemi
Endüstriyel ve Üçüncül Ağlar	Belirli bir endüstri alanı içindeki aktörlerin bilgi ağları ya da üretim ağları şeklinde bir araya gelmeleri-belirli bir coğrafyada konumlanma ve birbirlerinin tamamlayıcısı olma ihtiyacı duyulmaksızın	İstanbul, Bursa ve Denizli'de tekstil sanayi Ankara, Kayseri ve Bursa'da mobilya sanayi Bursa ve Kocaeli'de otomotiv ve aksam imalat sanayileri Nevşehir ve Tekirdağ'da şarap üretimi İstanbul mücevher işleme faaliyeti Hizmet sektörü ağları: medikal, turizm, lojistik (boru hatları, demiryolları v.b.)

Kaynak: www.smenetworking.gov.tr, 2011.

Türkiye`de kümelenme araştırmaları, 1999 yılında Michael Porter`ın yönlendirmesi ile oluşturulan Orta Doğu Rekabet Stratejileri Merkezi ve Türk özel sektörünün katkıları ile kurulan CAT platformu (Türkiye`nin Küresel Arenada Ekonomik Rekabet Gücü`nün Arttırılması Projesi – Competitive Advantage of Turkey) tarafından başlatılmıştır. CAT platformu kurumsallaşma süreci esnasında bir kuruma dönüşmüştür ve URAK (Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu) ismini almıştır. URAK, benzer faaliyetlerde bulunmaya devam etmektedir. İlk analizden ve değişik kurumlar tarafından gerçekleştirilen ilk girişimlerden sonra, Avrupa Birliği tarafından sağlanan bazı fonların tahsis edilmesiyle Türkiye`deki kümelenme ve küme gelişimi hızlanmıştır (Bulu ve Eraslan, 2008).

Adıyaman`da hazır giyim sektörünün geçmişi 1996 yılına uzanmaktadır. Sektördeki kalifiye işgücüne ilişkin zorluklar sebebiyle, yerel yetkililer 2005'te Adıyaman Kümesi'nin çekirdeği olan mesleki bir eğitim merkezi kurmuşlardır. Merkez, yerel aktörlerin arasında küme yoluyla sağlanan işbirliğinde önemli bir faktör olmuştur. Sektör dahilindeki imalatçılar, diğer küme aktörlerinden çok kısa bir sürede destek alarak birbirleriyle işbirliği yapmaya

başlamışlardır. Valilik, Belediye, GAP Bölge Kalkınma İdaresi, KOSGEB, Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odası, sektörün ilgili derneği, Adıyaman Üniversitesi imalatçılarla işbirliği yaparak mesleki eğitim merkezine katkıda bulunmuşlar ve merkezi desteklemişlerdir (www.smenetworking.gov.tr)

İTKİB (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri) ve TGSD (Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği) merkeze ekipman ve materyal sağlayarak veya çeşitli faaliyetler düzenleyerek destekte bulunmuştur. Daha sonra bir kümelenme analizi yapılmış ve sektör için stratejik bir yol haritası geliştirilmiştir (www.itkib.org.tr, 2011).

Tüm bunlara paralel olarak da, yerel imalatçılar bir kümelenme derneği (ATEKS) kurup bu yol haritası yoluyla yerel kalkınmaya katkıda bulunmuşlardır. Avrupa Komisyonu tarafından finanse edilen ve GAP Bölgesel Kalkınma İdaresi ile UNDP tarafından yürütülen GAP GİDEM (Girişimci Destek Merkezleri) Projesi güçlü bir destekleyici olarak süreci hızlandırmıştır. Uluslararası, ulusal ve yerel küme aktörleri arasında iletişimi ve işbirliğini geliştirerek ve yerel yönetim ilkelerini uygulayarak başarıya ulaşılmıştır. Başarıya ulaşmada önemli unsurlardan biri başlangıç aşamasının ilk iki yılında, İstanbul'da yaşamalarına rağmen, her yerel komite toplantısına katılan iki yöneticinin sürece verdikleri etkin destek ve isteklilikleriydi. Bu yöneticiler, yerel aktörleri motive etmek ve bir araya getirmek için kamu girişimcisi olarak faaliyette bulunmuşlardır. Vali de bölgesel yönetimi oluşturmak için çok aktif çalışmalar yürütmüştür. Sonuç olarak, yerel aktörler sektörün gelişimini tasavvur ettiler ve bunu uygulamak için de küme yöneticileri ve yerel idareciler işbirliği içersinde somut faaliyetlerde bulundular (www.iaosbkumelenme.org, 2011).

Bu çerçevede, GAP-GİDEM Projesi, GAP bölgesinde yer alan bölgelerde kümelenmeye ilişkin ilk analizlerine ve araştırmalarına başlamıştır. GAP-GİDEM proje yetkililerinin sağladıkları teknik destekle, 4 bölgede kümelenme girişimleri başlatılmıştır. Şanlıurfa, Diyarbakır ve Mardin'in de içinde yer aldığı kümelenmeye ilişkin ilk analizler ve araştırmalar gerçekleştirilmiştir (www.gap.gov.tr, 2011).

AB'nin finanse ettiği "Moda ve Tekstil Kümelenme Projesi" (MTK) 2005 yılında başlamıştır. Projenin yararlanıcıları, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından temsil edilen İstanbul ilindeki Moda ve Tekstil sektöründeki KOBİ'lerdir (www.itkib.org.tr, 2011).

MTK projesinin genel amacı, Türkiye'deki Moda ve Tekstil sektöründeki şirketlerin uluslararası rekabet edebilirliğini arttırmaktır. AB tarafından desteklenen Proje kapsamında, başlangıç aşamasında kümelenme haritası hazırlanmıştır. Şirketler ve paydaşlar, ihtiyaçları ortaya çıkarmak ve kümenin rekabet edebilirliğini geliştirmek için faaliyetleri belirlemek için analiz edilmiştir. Analiz temelinde de İstanbul Moda Akademisi (Tasarım Akademisi), Ar-ge

Merkezi ve Danışmanlık Merkezi kurulmuştur. MTK, halen faaliyetlerine İTKİB ve DTM'nin destekleri ile devam etmektedir (Beyaz Kitap, s. 40, 2011).

Türkiye'deki kümelenme girişimleri ve kümelenme projeleri değişik ilerleme seviyeleri kaydetmiştir. Yukarıda bahsedilen projelere ek olarak Türkiye'de değişik illerde küme oluşturma çabaları halen devam etmektedir. Bu girişimler genel olarak ön analiz aşamasındadır ve bölgesel kalkınma ajansları, odalar, organize sanayi bölgeleri, üniversiteler ve belediyeler gibi kurum ve kuruluşlar tarafından yönetilmektedir (Beyaz Kitap, s. 40, 2011).

Türkiye'de kümelenme alanında gerçekleştirilen diğer çalışmalar uygulandıkları tarihlere göre aşağıdaki gibidir (Bulu ve Eraslan, 2008; www.smenetworking.gov.tr , 2011).

- i. Kümelenme Temelli Bartın İli Bölgesel Kalkınma Projesi (2003): Kalkınma Bakanlığı liderliğinde, KOSGEB, Hazine Müsteşarlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) işbirliği ile yürütülen proje, Türkiye'de ilk kümelenme temelli bölgesel kalkınma projesi örneği olmuştur. Proje ile Bartın ilinde, küresel arenada rekabet potansiyeline sahip sektörlerin harekete geçirilerek rekabet güçlerinin artırılması ve sürdürülebilir ekonomik büyüme ve buna bağlı yüksek yaşam standardı sağlanabilmesi amaçlanmıştır.
- ii. Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi Çalışması (2007): OSTİM Organize Sanayi Bölgesi yönetimi tarafından bölgede birçok kümelenme çalışması başlatılmıştır. Bu çerçevede, çok kapsamlı ve detaylı bir rekabetçilik analizi ile kümelenme analizi çalışması yapılmıştır. OSTİM'in ekonomik gelişimini planlı ve sürdürülebilir hale getirmek amacı ile yapılan ve toplanan verilerin analiz edildiği bu çalışma, bölgede yer alan tüm sektörlerin uluslararası rekabet gücünü ortaya koymuştur. Yapılan tüm araştırma, analiz ve sentezler sonucunda, OSTİM OSB'de yürütülecek kümelenme çalışmaları için en uygun sektörün Savunma Sanayi Sektörü olduğuna karar verilmiştir.
- iii. Savunma Sanayi Sektörü Kümelenme Analizi ve OSTİM Havacılık ve Savunma Kümesi (2008) : “Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi Çalışması” kapsamında yapılan araştırma, analiz ve sentezler sonucunda Savunma Sanayi Sektörü'nde kümelenme çalışması yapılmasına karar verilmiştir. Kümelenme analizi aşamasında, OSTİM Organize Sanayi Bölgesi'nde savunma sanayine üretim yapan 77 firma ile görüşülerek veri toplanmış ,elde edilen sektör kümelenme haritası geliştirdiği ağ yöntemi ile analiz edilmiş ve bu analizler sonrasında sektörel kümelenmenin yoğunlukları, tedarik zinciri yapıları, merkez ve çevre üyeleri belirlenmiştir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesi sonucu sektöre ilişkin sektör haritaları oluşturulmuştur. OSTİM Savunma Yan Sanayi Kümelenmesi 01 Temmuz 2008 tarihinde kurulmuş olup küme OSTİM Organize

- Sanayi Bölgesi ve civarında savunma sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'lerden oluşmaktadır.
- iv. GAP Bölgesi Kümelenme Çalışmaları: AB-GAP Bölgesel Kalkınma Programı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (BMKP) ve GAP İdaresi işbirliği ile yürütülmektedir. Bu program altında faaliyetlerine devam eden GAP-GİDEM projesi kapsamında “yerel ekonomik kalkınmaya” dönük olarak bir dizi kümelenme çalışmaları yapılmıştır. Bu bağlamda, Şanlıurfa ili organik tarım, Diyarbakır ili mermencilik ve Adıyaman ili hazır giyim sektörlerinin kümelenme analizleri yapılmıştır. Adıyaman ili hazır giyim sektörünün kümelenme analizlerinden sonra kümelenme geliştirme çalışmalarına da başlanmıştır. Halen bu çalışmalar yerel paydaşlar ve firmalar tarafından devam ettirilmektedir.
 - v. Sanayi ve Hizmet Sektörleri Rekabetçilik Analizi (2006): İstanbul’un “Çevre Düzeni Planı”na girdi sağlamak ve planlamaların sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi için İstanbul Büyükşehir Belediyesi İstanbul Metropolitan Planlama ve Kentsel Tasarım Merkezi (İMP) tarafından İstanbul’da faaliyet gösteren önemli hizmet ve sanayi sektörlerinin makro düzeyde rekabetçilik ve kümelenme analizleri yapılmıştır. Analiz sonucunda İstanbul’un rekabetçi hizmet ve sanayi sektörleri tespit edilmiş, makro düzeyde kümelenme analizleri yapılmış ve hangi bölgede hangi sektörlerin (sanayi ve hizmet) faaliyet gösterdikleri ortaya çıkarılmıştır.
 - vi. Konya Sanayi Odası Kümelenme Çalışmaları: Konya Sanayi Odası bünyesinde kümelenme potansiyelini tespit etmek, kümelenme potansiyeli olan KOBİ’lerin ulusal ve uluslararası rekabet gücünü artırmak ve bölgesel düzeyde proje uygulama kapasitesinin artırılmasına katkıda bulunmak amacı ile kümelenme çalışmaları başlatılmıştır.
 - vii. Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi: Elazığ Valiliği tarafından “Elazığ Buluşuyor” şemsiye programı kapsamında “Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi” ile il düzeyinde kümelenme çalışması başlatılmıştır. Proje kapsamında öncelikle Elazığ ili genelinde faaliyet gösteren tüm sektörlerin uluslararası rekabetçilik analizi yapılmış ve yapılan çalışmalar sonucunda mermer ve su ürünleri sektörlerinde kümelenme analiz çalışmalarına başlanmasına karar verilmiştir. Kümelenme analiz çalışması Elazığ Valiliği ile Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) önderliğinde tamamlanmış, kümelenme geliştirme safhasına geçilmiştir.
 - viii. Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi: Tekirdağ Valiliği, Tekirdağ, Çorlu, Çerkezköy ve Malkara Ticaret ve Sanayi Odaları ve KOSGEB

Tekirdağ İşletme Geliştirme Merkez Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen “Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi” kapsamında bir çalışma başlatılmıştır. Çalışma, il merkezi ile birlikte Tekirdağ’ın önemli ilçelerinden sayılan Çorlu, Çerkezköy ve Malkara bölgelerini de içine alacak şekilde çok kapsamlı olarak tasarlanmış olup proje kapsamında öncelikli sektörler tespit edilmiştir. Bu bağlamda öngörülen sektörlerin kümelenme analizi safhasına geçilmiştir.

- ix. Tarım Gıda Sektöründe Kümelenme Projesi: Mersin İl Özel İdaresi’nin Avrupa Birliği fonlarından finanse ederek uyguladığı, toplam bütçesi 1.080.630 Euro olan 36 aylık proje kapsamında, proje ortağı bölgelerin dünya pazarından daha çok pay alması hedeflenmektedir. Projenin hedef kitlesini Mersin, İtalya’dan Emilia Romagna ve İspanya’dan Murcia Bölgelerindeki ve tarım-gıda sektörleri oluşturmaktadır. Projenin uygulanma aşamasında Mersin, Avrupa’da gıda sektöründe hizmet veren tüm kamu, sivil toplum kuruluşu, özel sektör kuruluşlarını bir arada toplamak üzere kurulmuş olan Avrupa Gıda Kümeleri Ağına davet edilmiştir. Bu kapsamda Eylül 2008’de Brüksel’de gerçekleştirilen toplantıya katılım sağlanmıştır.
- x. MEDİKÜM “Samsun Medikal Sanayi Kümelenme Derneği”: KOBİ’lerin rekabet gücünü artırmak, rekabetçilik anlayışını geliştirmek derneğin ana amacı olarak belirlenmiştir. Dernek, bünyesinde 50 üye bulunmakta ve Samsun’da medikal işkolu kümelenme çalışmalarını yürütmektedir.
- xi. Merzifon Ankastre Kümelenmesi (2011): Merzifon OSB koordinasyonunda 2011 yılı başında küme kurulmuştur Merzifon Ankastre Kümesi, 1000’in üzerinde istihdam sağlayan rekabet seviyelerini geliştiren AR-GE kabiliyetine sahip, uluslararası bağlantıları gelişmiş seviyede olan bir küme oluşumu hedeflenmiştir.
- xii. Medikal Sanayi Kümelenmesi: OSTİM’de faaliyet gösteren sektörlerin uluslararası rekabetçilik düzeyinin araştırılması için yapılan analiz 2007 yılında tamamlanmıştır. Bugün küme 54 firma ve aralarında üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer kamu kuruluşlarının bulunduğu 16 çözüm ortağından oluşmaktadır.
- xiii. Eskişehir Bilecik Kütahya Seramik İş Kümesi : EBK Seramik İş Kümesi, çevre dostu, enerji açısından verimli ve yenilikçi özellikleriyle dünyanın önde gelen müşteri odaklı seramik iş kümesi olmayı amaçlamaktadır.
- xiv. İAOSB Makine Metal Döküm Kümesi : Projenin genel amacı İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi’nde (İAOSB) makine, metal ve döküm sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların rekabetçilik seviyelerinin artırılmasıdır.
- xv. İzmir Organik Gıda Kümesi : “İzmir Organik Gıda Kümelenme Projesi”, organik gıda sektörünün tüm aşamalarını kapsayacak bir çalışma ile sektörün ulusal ve uluslararası

rekabet gücünü ve yenilikçilik kapasitesini arttırmak amacıyla uygulanmıştır. Küme, Ege İhracatçı Birlikleri ve Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği işbirliği ve İZKA desteği ile hayata geçirilmiştir.

- xvi. INOVİZ Sağlık İçin İzmir : INOVİZ, İzmir Kalkınma Ajansı tarafından İzmir için “geleceğin sektörü” olarak seçilen sağlık sektöründe işbirliği içerisinde yeni teknolojik ürünler üreten ve teknolojiye yön veren bir İzmir yaratmak amacı ile oluşturulmuş bir iletişim ve işbirliği platformudur.
- xvii. Havacılık ve Uzay Kümelenmesi: Havacılık ve Uzay Kümelenmesi, ülkemiz havacılık ve uzay sanayinin gelişimi için sektöre ihtiyaç duyduğu desteği sağlamak, sektörde yerli katkı payının ve ihracat imkanlarının artırılmasında katkıda bulunmak, ulusal ve uluslararası alanda işbirlikleri kurmak ve sektörün yenilikçi ürünler ve süreçler geliştirmesine destek olmak amacıyla kurulmuş bir kümelenme örneğidir.
- xviii. İzmir İşlenmiş Meyve Sebze Kümesi: “İzmir İşlenmiş Meyve Sebze Kümesi”, sektörel örgütlenme yapısı kurmak, hedef müşteri ve zincir marketlerde sağlıklı ve kaliteli ürün kullanma bilincinin artırılması, uluslararası fuarlara katılımında bölgeselliği ön plana çıkartarak küme imajının oluşturulması, sektöre hizmet veren bir ar-ge koordinasyon merkezinin oluşturulması, mevcut ar-ge destekleri ile ilgili sektörün farkındalığının artırılması amaçlanmıştır.

2.2.5 Küme Performansı

Kümelerin önemli rekabet avantajları elde etmek için uygun araçlar olabileceği kabul görmekle birlikte her kümenin, kümelenmenin başarıya ulaşamayacağı da bilinmektedir (Clar vd., 2008). Beyaz Kitap'ta (www.smenetworking.gov.tr, 2011) kümelerden en iyi verimi elde etmenin bazı başarı faktörlerine bağlı olduğu belirtilmiştir ve aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

- i. Performansa Etki Eden Kümenin İç Yapısına Bağlı Faktörler
 - Kümedeki etkileşimlerin küme performansına olumlu katkı sağlayabilmesi için yeterli sayıda aktörün etkin katılımına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da küme için kritik önem arz eden kitleye ulaşmayı gerektirmektedir.
 - Bir kümenin küresel ölçekte büyüme olasılığı çok düşük olan bir sektörde veya alanda uzmanlaşması durumunda, kümeler potansiyel olarak etkilerde kilitlenme durumuna takılıp kalabilir. Böyle bir durumda kümenin uluslararası pazarlarda büyüme olanağı olan faaliyetlere yönelik çok az imkânla donatılması ve sıkışması risk faktörüdür.
 - Küme aktörleri arasındaki işbirliği ve rekabet arasındaki hassas denge korunmalıdır. Rekabetçi işbirliği teşvik edilmelidir.

- Kümelerin aşırı bir biçimde kendilerine odaklanmasıyla, ulusal veya uluslararası anlamda kümenin ötesinde olan daha geniş kapsamlı fırsatlara ve tehditlere karşı körlük durumları ortaya çıkabilir. Bu durumda küme “kendi kendine yetme sendromu” yaşar. Küme performansı için bu sendrom ciddi bir risktir.
 - Bir kümenin anahtar şirketlere aşırı düzeyde bağımlı olması sonucunda kümenin rekabet edebilirliği bu anahtar şirketlere bağlı hale gelir. Anahtar şirketlerin rekabet edebilirliğinin azalması halinde ise kümenin performansı azalabilir.
- ii. Performansa Etki Eden Çevreye Bağlı Faktörler
- Uzmanlaşmış bir işgücünün varlığı, kümelerin dinamik çevreye hızlı bir şekilde uyum sağlamalarına ve aynı şekilde, kümelerin evrimleşme sürecinin sürekliliğinin garantiye alınmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda küme performansının artırılması kümelerin beceri, nitelik temellerinin güçlendirilmesi ile gerçekleşebilir.
 - Ağ oluşturulması, bağlantıların, araçların ve ortaklıkların etkileşimi ile küme gelişimini ve performans artırımını destekleyebilir.
 - Kümenin sahip olduğu sosyal sermaye performansı etkileyen faktörlerdendir. Güven, ortak değerler, normlar, paylaşılan vizyon kümenin etkileşimini geliştirmekle işbirliği seviyesini artırarak performansın olumlu gelişimine katkıda bulunabilir.
 - Kümelerde girişim ve girişimcilik teşvik edilerek küme dinamizmi ve esnekliği artırılarak performansa katkıda bulunulabilir.
- iii. Performansa Etki Eden Politikalara Bağlı Faktörler
- Yapılan politikaların süre ve süreçleri yani yaşam döngüsü kümenin yaşam döngüsü ile uyumlu olduğu sürece performansın olumlu etkileneceği söylenebilir.
 - Kümeleri tüm paydaşların katılımına açık ancak özel sektör girişimlerinin kamudan daha aktif olduğu örgütlenmeler haline getirebilecek politikalar özel sektörün fırsatlar ve tehditler boyutunda daha duyarlı olması sebebiyle performansı artırıcıdır denilebilir.
 - Kamu ve özel sektörün çıkarlarını, hedeflerini ve politikalarını uyumlu hale getirmek, sürdürülebilirliği sağlamada yardımcı olabilecek politikalar koymanın performans açısından önemli olduğu düşünülmektedir.
 - Bir kümelenme politikası, kümelerin ihtiyaç duyacağı değişik şekilde, duruma özel uyarlanmış desteği sağlayabilmek için kurumlar arası etkileşim yaratabilmelidir. Etkileşim ve sinerjinin kümenin başarısında etkin rol oynadığı geniş kabul görmektedir.

- Kümelenme politikası, operasyonel düzeyden stratejik düzeye kadar tüm ilgili ve yetkililerin sürekli olarak kapasitelerinin ve altyapılarının geliştirilmesi önemli kılmaktadır.
- Başarılı bir kümelenme politikasının, küme gelişimini destekleyen programları ve önlemleri uygulaması için güçlü yerel kurumlara ihtiyacı olduğu bilinmektedir.
- Uzun vadeli politikalar ile küme performansının sürdürülebilirliği sağlanabilir.
- Küme ve kümelenme politikalarının yararlarına ilişkin güçlü bir bilinç oluşturularak performans artırıcı uygulamalara aktörlerin desteği alınabilir.

2.3 Antalya Turizm Kümesi

Anadolu'nun güney kısmında yer alan Antalya ili Türkiye yüzölçümünün %2,6'sına sahiptir. Güneyi Akdeniz, kara sınırları ise Toros Dağları ile çevrili büyükşehir kapsamında bir şehirdir. Dağlık ve sahil olarak ikiye ayrılan Antalya ili yayla ve sahil ovalarından oluşmaktadır. Şehir merkezine son derece yakın olan sahil ve plajlarına ulaşım kolaylığı bakımından ender bulunan şehirlere dendir. Dolayısıyla turizm için çok elverişli kaynaklara sahiptir.

Antalya turizm bakımından pek çok çekiciliğe sahiptir. Antalya'nın 630 km uzunluğundaki sahil kıyısı, anıt mezarlar, antik kentler, limanlar, kumsallar, koylar, denizle birleşen ormanlar, akarsular ve şelaleler ile pek çok doğal ve kültürel cazibe merkezini barındırmaktadır. Kitle turizmi için son derece uygun olan koşullar av turizmi, yat turizmi, golf turizmi, dağ turizmi, kış turizmi, mağara turizmi için de uygundur. Antalya'nın iklimi neredeyse tüm bir yıl denize girmeye imkân verirken diğer yandan merkeze 1 saat mesafede Saklıkent mevkiinde kayak yapabilme olanağı vardır. Aynı şekilde iklim ve oldukça gelişmiş tesisler sayesinde yıl boyunca golf oynamak mümkündür.

2.3.1 Antalya Turizm Kümesinin Gelişmişlik Performansı

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından 2003 yılında hazırlanan gelişmişlik sıralamasına göre Antalya sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında 81 il içinde 10. sırada yer almaktadır. Antalya ili 19 ilçe, 70 belediye ve 562 köyden oluşmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

TÜİK'ten alınan son verilere göre, Antalya'nın 2009 yılına ait yerleşik nüfusu yaklaşık 2 Milyon kişi olup bu nüfus yaz aylarında 10 Milyon kişiye kadar yükselebilmektedir. En kalabalık ilçesi, 2007 yılında ilçe olan 396.906 kişilik nüfusuyla Muratpaşa'dır (www.igd.com.tr, 2010). Antalya ili 2009 verilerine göre nüfus büyüklüğü bakımından Türkiye'nin 7. Büyük ilidir. Aşağıdaki tablolarda 2009 yılı adrese dayalı sistemle kaydedilen nüfus verileri yer almaktadır:

Tablo 2.4 2009 Nüfus Sayımı Verileri

Türkiye Toplam Nüfus			
2008	2009	Fark	Değişim (%)
71.517.100	72.561.312	1.044.212	1,46
Antalya Toplam Nüfus			
2008	2009	Fark	Değişim (%)
1.859.275	1.919.729	60.454	3,25
Türkiye Nüfusunda Antalya İlinin Payı (%)			
2008		2009	
2,59		2,64	

Kaynak: www.antalya.gov.tr, 2009.

Tablo 2.4'te 2009 nüfus sayımı verileri yer almaktadır. Antalya 2008-2009 yılları arasında %3,25'lik nüfus değişimi yaşamıştır, bu oran Türkiye ortalamasının üzerindedir.

Tablo 2.5 Antalya İli İlçe Bazında Karşılaştırmalı Sonuçlar

İlçe Adı	2008 ADNKS Sonuçları	2009 ADNKS Sonuçları	Fark	Değişim (%)	Oranı
Aksu	58.222	61.200	2.978	5,11	
Döşemealtı	40.637	40.555	-82	-0,20	
Kepez	386.754	394.672	7.918	2,05	
Konyaaltı	92.126	106.748	14.622	15,87	
Muratpaşa	377.857	396.906	19.049	5,04	
Akseki	15.828	18.203	2.375	15,01	
Alanya	233.919	241.451	7.532	3,22	
Demre	25.076	24.664	-412	-1,64	
Elmalı	38.077	37.645	-432	-1,13	
Finike	46.520	46.095	-425	-0,91	
Gazipaşa	48.675	48.369	-306	-0,63	
Gündoğmuş	9.246	9.783	537	5,81	
İbradı	3.979	3.509	-470	-11,81	
Kaş	50.786	52.564	1.778	3,50	
Kemer	35.639	35.889	250	0,70	
Korkuteli	49.553	50.698	1.145	2,31	
Kumluca	65.109	65.543	434	0,67	
Manavgat	179.311	179.379	68	0,04	
Serik	101.961	105.865	3.895	3,82	
Toplam	1.859.275	1.919.729	60.454	3,25	

Kaynak: www.antalya.gov.tr, 2009.

Tablo 2.5'te görüldüğü gibi %15,87 ile Konyaaltı ilçesinde pozitif yönlü oransal olarak en çok değişim yaşanmıştır. İbradı ise nüfus olarak %11,81'lik azalış yaşamıştır.

Tablo 2.6 2009 Yılı Sonuçlarına Göre Diğer İllerden Antalya İline En Çok Göç Veren İlk 10 Şehir

Sıra	Şehirler	Sayı
1	İstanbul	8.744
2	Konya	5.535
3	Ankara	5.137
4	Isparta	3.492
5	İzmir	3.145
6	Burdur	2.808
7	Mersin	2.507
8	Adana	2.286
9	Hatay	2.086
10	Afyonkarahisar	1.870
11	İlk kez kayıt olanlar (yurt dışı+yenidoğan)	47.154

Kaynak: www.antalya.gov.tr, 2009.

2009 yılı verilerine göre Antalya Turizm Kümesi'ne en çok göç veren il İstanbul'dur. İstanbul'u Konya, Ankara ve Isparta izlemektedir.

2003 yılında Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Antalya'nın gelişmişlik performansı Tablo 2.7'de özetlenmiştir (www.igd.com.tr, 2010).

Tablo 2.7 Antalya İli Gelişmişlik Performansı

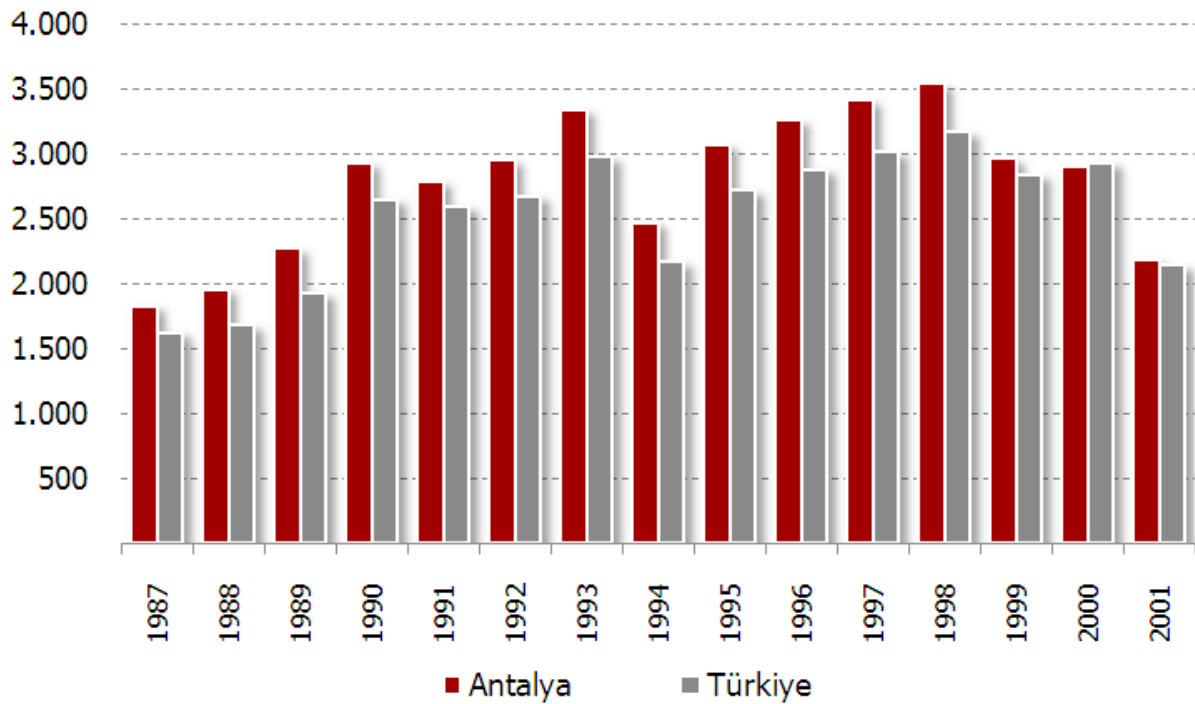
	Yıl	Antalya	Akdeniz Bölgesi	Türkiye	Sıralama
Demografik Göstergeler					
Toplam Nüfus	2000	1.719.751	8.706.005	67.803.927	7
Şehirleşme Oranı (%)	2000	54,45	59,78	64,9	42
Yıllık Ortalama Nüfus Artışı (%)	1990-2000	41,79	21,43	18,28	1
Nüfus Yoğunluğu (kişi/km ²)	2000	82,99	98	88	28
Doğurganlık Hızı	2000	1,93	2,58	2,53	70
Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü	2000	1,98	4,60	4,5	64
İstihdam Göstergeleri					
Tarım İşkolunda Çalışanların Oranı (%)	2000	49,66	54,97	48,38	64
Sanayi İşkolunda Çalışanların Oranı (%)	2000	5,50	8,78	13,35	50
Ticaret İşkolunda Çalışanların Oranı (%)	2000	18,05	10,46	9,67	2
Mali Kurumlar İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı		3,24	2,29	3,11	5
Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı		41,37	37,81	43,52	20
Ücretli Çalışan Kadınların Toplam İstihdama Oranı		9,67	7,37	8,81	11
İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı		3,17	2,23	2,61	6
Eğitim Göstergeleri					
Okur Yazar Nüfus Oranı		91,86	88,16	87,30	11
Okur Yazar Kadın Nüfusun Toplam Kadın Nüfusuna Oranı		87,35	81,96	80,62	9
Üniversite Bitirenlerin Okul Bitirenlere Oranı		11,72	8,28	8,42	3
İlköğretim Okullaşma Oranı		99,29	97,69	98,01	37

Liseler Okullaşma Oranı	40,09	42,18	36,92	24
Meslek Liseleri Okullaşma Oranı	17,64	16,55	20,49	49
Sağlık Göstergeleri				
Bebek Ölüm Oranı	32,00	37,13	43,00	77
Onbin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	13	10	13	10
Onbin Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	3,0	1,4	2,2	5
Onbin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	3,8	2,8	2,9	7
Onbin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	16	19	23	53
Tarım Göstergeleri				
Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Üretim Değeri	1.040	1.129	1.124	43
Tarımsal Üretim Değerinin Türkiye İçindeki Payı	3,05	14,77	100,00	7
İnşaat Göstergeleri				
Daire Sayısı	456.371	2.078.908	16.235.830	7
Borulu Su Tesisatı Bulunan Daire Oranı	98	97	97	24
Mali Göstergeler				
Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı	2,50	12,06	100,00	8
Fert Başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla	1.813	1.726	1.837	23
Banka Şube Sayısı	200	784	7786	5
Fert Başına Banka Mevduatı	632	475	939	10
Toplam Banka Mevduatı İçindeki Payı	1,71	6,50	100,00	7
Toplam Banka Kredileri İçindeki Payı	1,57	6,93	100	9
Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Kredi Miktarı	126	119	138	14
Fert Başına Sınai, Ticari ve Turizm Kredileri Miktarı	216	190	392	11
Fert Başına Belediye Giderleri	83	83	82	11
Fert Başına Genel Bütçe Gelirleri	178	176	464	19
Fert Başına Gelir ve Kurumlar Vergisi Miktarı	86	72	165	17
Fert Başına Kamu Yatırımları Miktarı	257	195	248	27
Fert Başına Teşvik Belgeli Yatırım Tutarı	2.915	3.183	2.668	19
Fert Başına İhracat Miktarı	524	1.841	2.249	28
Fert Başına İthalat Miktarı	646	2.944	3.967	25

Kaynak: <http://www2.dpt.gov.tr/bgyu/ipg/akdeniz/antalyaPER.pdf>, erişim: 22.12.2012.

TÜİK iller bazında GSYİH değerlerini ve bu değer içerisinde sektörlerin paylarını en son 2001 yılında açıklamıştır. 2010 itibari ile GSKD (Gayrisafi Katma Değer) değerleri 2006 yılından başlayarak bölgesel düzeyde yayınlanmaktadır. TR 61 (Antalya, Burdur, Isparta), 2006 yılı itibariyle 26,5 Milyar TL GSKD ile İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa-Eskişehir-Bilecik, Kocaeli Bölgesi, Adana-Mersin'den sonra 7. sıradadır. TR 61, 11.110 TL veya 7.712 \$ kişi başına GSKD ile İstanbul, Kocaeli, Bursa, Ankara, Edirne-Kırklareli, İzmir bölgelerinden sonra 7. sırada gelmektedir. Türkiye ortalaması 9.600 TL veya 6.684 \$ dir. İlk sıradaki İstanbul'da ise bu değerler 14.914 TL veya 10.352 \$ dir. Kişi başına GSYH'de 81 il

arasında 23. sırada yer alan Antalya, genel performans değerlendirmesinde 10. sırada yer almaktadır (www.antalya.gov.tr, 2011; www.igd.com.tr, 2010).



Şekil 2.5 Kişi Başına Düşen GSYİH

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010.

Görüldüğü gibi Antalya il olarak tüm sektörler bazında performansı hızla gelişmektedir. Aşağıdaki Tablo 2.8'de 2006 yılında Batı Akdeniz TR61 (Antalya- Burdur-Isparta) cari fiyatlarla sektörel ortalamaları görülmektedir.

Tablo 2.8 Cari Fiyatlarla GSKD, 2006

	TR61 (Antalya, Burdur, Isparta)		Türkiye		TR61/Tr %
	Değer (TL)	%	Değer	%	
Tarım	4 Milyar	15,1	63 Milyar	9,4	6,4
Sanayi	4 Milyar	15,7	189 Milyar	28,2	2,2
Hizmetler	18 Milyar	69,3	417 Milyar	62,4	4,4
GSKD	26,5 Milyar	100	668 Milyar	100	4
Sıra	TL		ABD Doları		
TR61 (Antalya, Burdur, Isparta)	11.110		7.712		
Türkiye Ortalaması	9.628		6.604		

Kaynak: www.antalya.gov.tr, 2006.

Antalya'nın ilçelerine göre 2000 yılı itibariyle istihdamın sektörel dağılımı Tablo 'de verilmiştir. İl genelinde oransal olarak tarım sektörü %49,7'lik bir orana sahipken, 2025 yılı

için bu oran %33,2 olarak öngörülmüştür. Turizm alt sektörünün yer aldığı hizmetler sektörü için 2000 yılındaki oran il geneli için %45,1'dir. 2025 yılı için bu oran %62,3 olarak öngörülmüştür. Buna bağlı olarak, tüm ilçelerdeki hizmetler sektörünün ağırlığında bir artış meydana geleceği ve Kemer'in 2000 yılındaki hizmetler sektöründeki lider konumunu 2025 yılında da koruyacağı öngörülmektedir (www.igd.com.tr, 2010).

Tablo 2.9 İstihdamın Sektörel Dağılımı (2004)

İlçe	Tarım (%)	Sanayi (%)	Hizmetler (%)
Akseki	81	2	17
Alanya	48,2	4,5	47,4
Elmalı	80,4	3,2	16,3
Finike	73,4	4,6	22
Gazipaşa	78,4	2,1	19,6
Gündoğmuş	85,8	1,3	12,9
İbradı	70,1	2,1	27,7
Kale	79,2	2,2	18,6
Kaş	79,6	1,7	18,7
Kemer	24,2	3,4	72,4
Korkuteli	77,6	3,6	18,8
Kumluca	80,9	2,0	17,1
Manavgat	48,6	3,5	47,9
Serik	65,2	2,9	31,9
İl Geneli	49,7	5,3	45,1

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010, erişim: 30.11.2011.

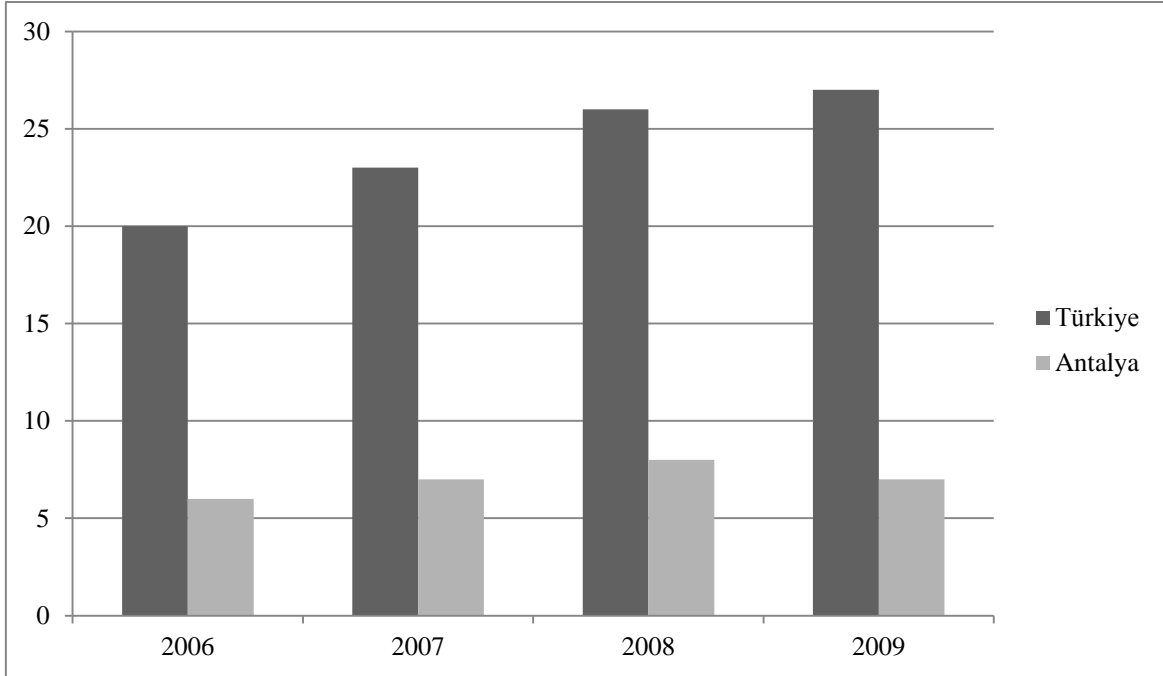
Tablo 2.9 2004 yılı için Antalya'nın ilçeleri bazında istihdama göre dağılımı verirken Tablo 2.10 2025 yılı için tahmini istihdam dağılımını vermektedir.

Tablo 2.10 İstihdamın Sektörel Dağılım Pr. (2025)

İlçe	Tarım (%)	Sanayi (%)	Hizmetler (%)
Akseki	97,7	0,2	2,2
Alanya	35,5	3,4	61,1
Elmalı	86,1	2,4	11,4
Finike	64,5	6,4	29,1
Gazipaşa	66,2	1,2	32,6
Gündoğmuş	88,6	0,4	11
İbradı	33,4	2,1	64,5
Kale	55,1	3,0	41,9
Kaş	78,2	0,4	21,4
Kemer	9	2,9	88,1
Korkuteli	75,6	1,9	22,6
Kumluca	68,9	0,8	30,3
Manavgat	32,1	2,9	65
Serik	30	0,8	69,2
İl Geneli	33,2	4,5	62,3

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010, erişim: 30.11.2011.

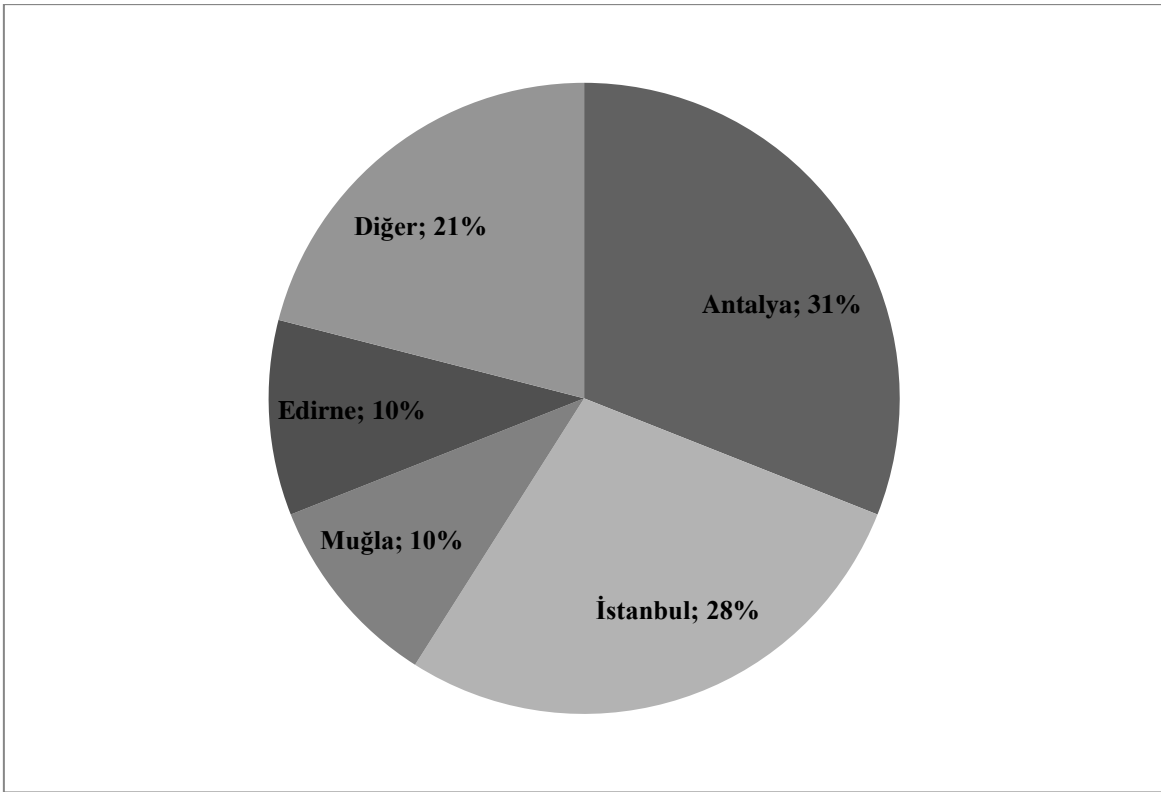
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2009 verilerine göre Antalya'ya gelen yabancı turist sayısı yaklaşık 8.200.000 kişi olarak hesaplanmıştır. 2009 yılında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında Antalya %31'lik payı ile ilk beş il arasında birinci sırada yer almaktadır (www.igd.com.tr, 2010).



Şekil 2.6 Gelen Yabancı Turist Sayısı

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010, erişim: 30.11.2011.

Şekil 2.6 yıllara göre gelen yabancı turist sayısını, Şekil 2.7 2009 sınır istatistiklerini vermektedir. Görüldüğü gibi her yıl gelen turist sayısı artmaktadır. Ayrıca %31 ile Antalya en çok turist alan ildir.



Şekil 2.7 Sınır İstatistikleri-2009

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010.

2011 yılında Antalya'ya, 10.704.636'sı hava yolu ve 196.278'i deniz yolu ile olmak üzere toplam 10.900.914 ziyaretçi gelmiştir. 2011 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı ve uçak sayısı önceki yıla göre yaklaşık % 12 oranında artmıştır. 2011 yılında ayrıca, Antalya'ya 391 017 transit ziyaretçi girişi gerçekleşmiştir. Transit girişler ile birlikte 2011 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı toplamı 11.291.931 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında Antalya'ya en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Almanya % 26,63 (2.786.616) ile birinci, Rusya Federasyonu % 25,96 (2.716.257) ile ikinci, Hollanda % 5,14 (537.518) ile üçüncü sırada yer almaktadır. Hollanda'yı İngiltere, İsveç, Ukrayna, Fransa, Norveç, Avusturya ve Polonya izlemektedir (www.antalyakultur.gov.tr, 2011).

2.3.2 Antalya İli Turistik Arz Verileri

Bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin sahip olduğu doğal ve çevresel veriler, tarihi ve kültürel veriler, ekonomik ve sosyal veriler ile turistik alt ve üst yapı olanakları turistik arzı oluşturmaktadır (Halis vd., 2008). Turistlerin kullanmasına ve faydalanmasına uygun olan doğal kaynaklar doğal arz verileri olarak turizm arzının temel ölçüsü olarak ele alınmaktadır. İklim, arazi şekilleri, toprak örtüsü, bitki çeşitleri, jeolojik özellikler, ırmak ve nehirler, plajlar, doğal güzellikler ve içme suları, sağlık şartları ve benzeri özellikler bu grubun

kapsamına girmektedir (Sarkım, 2007). Akdeniz ikliminin hâkim olduğu Antalya’da, kışlar ılıman ve yağışlı, yazlar ise sıcak ve kurak geçer. Genelde yumuşak bir iklime sahip olan Antalya’da kış ayları fazla soğuk değildir ve kış mevsimi kısa sürer. Kaynaklar itibariyle bakıldığında Antalya’da yapılan turizm çeşitleri genel olarak şunlardır: deniz turizmi, kış turizmi, spor turizmi (rafting, sualtı dalış turizmi, trekking, ...), mağara turizmi, yayla turizmi, kamp ve karavan turizmi, kongre turizmi, golf turizmi.

Antalya ilinin, akarsular, yaylalar, dağlar, ovalar ve mağaralar açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu ve kendine özgü doğal güzelliklerinin olduğu görülmektedir. Antalya’daki turizmi on iki aya yayma amacıyla yapılan çalışmalar dahilinde, Antalya’da kayak turizmine verilen önem artmıştır. Antalya’da Saklıkent Kayak Merkezi ve Akdağ Kış Sporları Merkezi olmak üzere toplam iki adet Turizm ve Kültür Bakanlığı onaylı kayak merkezi bulunmaktadır. İl sınırları içinde bulunan Toros Dağları’nda (Saklıkent) kış sporları, Beydağları’nda Jeep Safari, Trekking ve Mountaining yapılabilmekte, avcılık yapma imkânları bulunmaktadır. İl sınırları içinde bölgesel dağlar olarak, Akdağ, Susuz Dağlar, Alacadağ, Beydağları, Tahtalı Dağı, Geyik Dağları bulunmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

Türkiye’deki toplam 286 mavi bayraklı plajın 156’sı Antalya sınırları içinde yer almaktadır. Dünya’daki uluslararası mavi bayraklı plajlara sahip olan ülkeler sıralamasında Türkiye; İspanya, Yunanistan, Fransa’dan sonra dördüncü sırada yer almaktadır. 2001 yılında altyapısı yeniden düzenlenen sahil bandı batıda, Patara, Kaputaş, Çayağzı, Finike, Kumluca, Çıralı, Adrasan, Tekirova, Phaselis, Çamyuva, Kiriş, Beldibi, Göynük, Çaltıcak, Topçam, Sarısu, Konyaaltı, doğuda ise, Karpuz Kaldıran Plajı, Lara, Belek, Kumköy, Kadriye, Ahmediye, Alara, İncekum, Alanya, Kaledran, Bıçkı, Kuru Meydanı, Hacımusa, Kleopatra Plajı, Ulaş Plajı, Kuru Plajı ile gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231). Antalya’daki mavi bayraklı plajlar aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 2.11 Antalya’daki Mavi Bayraklı Plajlar

İlçe	Plaj Sayısı	İlçe	Plaj Sayısı	İlçe	Plaj Sayısı
Alanya	29	Aksu	8	Konyaaltı	14
Manavgat	36	Muratpaşa	6	Kemer	33
Serik	21	Büyükşehir Belediyesi	4	Kaş	5

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010.

Türkiye’de yat turizmi önemli bir yer tutmaktadır. Antalya’da, Merkez, Finike ve Kemer olmak üzere toplam 3 adet mavi bayraklı, Alanya ve Antalya Merkez’de 1’er tane olmak üzere toplam 5 marina bulunmaktadır. Bu tam donanımlı marinalarda, yatçılar gereksinim

duydıkları tüm hizmet ve malzemeleri bulabilmektedirler. Antalya Limanından Düden Şelalesi-Karpuzkaldıran ve Kemer'e, Side'den Alanya'ya, Demre-Çayağzı'ndan Kekova'ya, Kaş'dan Kekova'ya, Kemer'den Çıralı-Olympos-Adrasan ve Gelidonya Burnuna yat turları yapılmaktadır. Manavgat çayı üzerinde tekne, Xanthos Çayı üzerinde kano turları yapılabilen bölgede, yat turizmi kapsamında Güneybatı Anadolu sahilini kapsayan mavi tur Antalya'da sona ermektedir. Kıyıda başta Kemer, Çamyuva, Olympos, Adrasan, Kaş, Kalkan, Üçağz, Kekova, Side ve Alanya olmak üzere su altı dalış merkezleri bulunmaktadır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007).

Antalya, tarihi ve kültürel varlık ve değerler bakımından da oldukça zengin bir bölgedir. Antik bölgelerden Kilikya'nın batı kesimini, Pamfilya'nın güneydoğu ucunu ve doğu Likya'yı içine alan Antalya, Türkiye'de bugüne kadar bilinen en eski yerleşmelerin bulunduğu en önde gelen illerden biridir.

Tablo 2.12 Antalya ÖrenYeri ve Müze Ziyaretçi Sayısı

Örenyeri ve Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı (kişi)	Örenyeri ve Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı (kişi)
Myra Antik Kenti	380.000	Alanya Kalesi	220.000
Aspendos Antik Tiyatrosu	300.000	Noel Baba Müzesi	380.000
Perge Antik Kenti	220.000	Phaselis Antik Kenti	150.000
Olimpos Antik Kenti	140.000	Antalya Müzesi	100.000
Side Tiyatrosu	80.000	Patara	70.000
Side Müzesi	35.000	Simena Antik Kenti	30.000

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Türkiye'de Turizm Bakanlığı'ndan onaylı 6 adet golf tesisi bulunmaktadır. Antalya'daki bu golf tesislerinin 3 tanesi Serik'te, 1 tanesi Aksu'dadır. Tesislerin Belek'te yoğunlaşmasının nedeni, ilçenin yılın 12 ayı golf turizmine hizmet verebiliyor olmasıdır.

Antalya'da amatör ve profesyonel sporcular için pek çok rafting noktaları ve rotaları bulunmaktadır. Antalya ilindeki önemli ırmaklar; Eşen, Demre, Aksu, Köprü, Manavgat, Alara ve Sedir Irmakları, çayları ise, Akçay, Alakır, Acısu, Barsak, Boğaçay, Arapsuyu, Düden, Karpuz, Çolaklı, Çavuşköy, Delice, Dim, Bıçkı, İnce Ağrı, Kaledıran çaylarıdır. Özellikle Manavgat Irmağı üzerinde bulunan Köprülü Kanyon'da destekleyici turistik ürün çeşidi olarak rafting yapılabilmektedir. Bunun yanında Manavgat ve Düden Çayları üzerinde bulunan şelaleler de doğal güzellikleri ile birçok yerli ve yabancı turistini ziyaret ettiği yerlerdir.

Bey Dağları, Akdağ, Susuz Dağlar, Alaca Dağ, Bey Dağları, Tahtalı Dağ, Geyik Dağları'nda hem yerli hem de yabancı turistlerin tercih ettiği yürüyüş parkurları yer almaktadır. Ayrıca Belek ve Side Tireyengöl'de atlı yürüyüş parkuru bulunmaktadır.

Antalya'da 500'e yakın mağara bulunmaktadır. Bu mağaraların sadece 10 tanesi turistlerin ve ekipmanlı sporcuların ziyaretine açıktır. Bunun yanın da 32 tane de turizme açılmayı bekleyen mağara bulunmaktadır. Antalya il sınırları içinde bulunan Karain Mağarası, Paleolitik ve Neolitik; Beldibi mağarası da Mezolitik çağdan veriler sunmaktadır. Bunun yanında Damlataş Mağarası, Yalan Dünya Mağarası, Altınbeşik-Düdensuyu Mağarası mağara turizmi açısından değerlendirilebilecek ve turistik talep yaratabilecek mağaralardır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231).

Türkiye'de doğrudan yayla odaklı turizmi geliştirmek yerine bu turizm türü, diğer türleri destekleyici unsur olarak değerlendirilmektedir. Antalya sınırları içinde ortalama 1000 m ile 1500 m yükseklikleri arasında 30'a yakın yayla bulunmaktadır. Antalya'da bulunan yaylalar, batıda Ördübek, Uçarsu, Gömbe, Gödene, Yeşilyayla, Taşkesik Yaylaları, doğuda ise, Akçaalan, Kesikbel, Avason, Gücer, İkiz, Dumanlı, Derme, Alıç, Topalceviz, Beloluk, Güğlenpınarı, Geriş, Güzelsu, Meşat, Sülek, Dereköy, Mahmutseydi, Pınarbaşı, Gedevet yaylalarıdır. Bu yaylalarda kültür turizmi kapsamında yöre gelenek ve görenekleri tanıtımı yapılabileceği gibi, gününbirlik jeep safari turları da düzenlenebilmektedir (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231).

Antalya'da ve özellikle Patara-Alanya arası kıyı kesiminde önemli bir kamping potansiyeli bulunmaktadır. Kampinglerin bir kısmı Antalya doğusunda Lara kesiminde yoğunlaşmıştır. Diğer bir yığılma ilin batı kesimindedir. Kemer kıyıları genelde ormanlık ve kumsal olduğundan hemen hemen her yerde kamp kurulabilmektedir. Manavgat çevresinde de kamp olanakları oldukça fazladır. Manavgat Merkez'de ve çevrede birçok kamp yeri vardır (www.igd.com.tr, 2010).

Antalya sınırları içinde 4 adet milli park ve 3 adet tabiat parkı vardır. Bu milli parklar ve tabiat parkları Olimpos Bey Dağları Parkı, Köprülü Kanyon Milli Parkı, Termessos (Güllükdağı) Milli Parkı, Altınbeşik Mağarası Milli Parkı, Alacadağ Tabiatı Koruma Alanı, Dibek Tabiatı Koruma Alanı, Çıglıkara Tabiatı Koruma Alanı'dır (Sarkım, 2007, s. 233).

Türkiye'nin, Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde konumlanması, Türkiye'yi toplantı ve kongrelere çok uygun bir mekan yapmaktadır. Türkiye, birinci sınıf otel konaklama ve konferans tesisi zenginliği, dünyanın belli başlı şehirlerine kolayca ulaşım, güzel dekorlar ve eşsiz manzara cazibesi sunmaktadır. Bütün bunlara, mükemmel bir iklim ve alternatif destinasyonlara göre çok daha düşük maliyet avantajı eklenmektedir. Sonuç itibarıyla Türkiye'nin kongre turizmi için cazibesi çerçevesinde, yurt genelinde bu yönde gelişimi

destekleyici çalışmalar ve yatırımlar vardır ve devam etmektedir. Antalya’da kongre turizmi hizmeti veren Kemer’de 47 adet, Side’de 6 adet, Manavgat’ta 6 adet, Alanya’da 8 adet olmak üzere toplam 67 adet otel bulunmaktadır. Bu oteller toplamda 155 adet konferans salonuyla hizmet vermektedir. Toplam kapasite yaklaşık 26.000 kişidir (www.igd.com.tr).

Antalya’da devam eden turizm projelerinden biri 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası’dır. Şampiyonayı gerçekleştirecek dünya aday ülkeleri arasında Türkiye ilk üç arasında yer almaktadır. 1 milyar Euro’luk bütçe ile 7 ayı ile yapılması planlanan 7 stadyumun bir tanesi Antalya’da yer almaktadır. Stadyumun şehrin kuzeydoğusunda, Antalya Uluslararası Havaalanı’nın yanına yapılması planlanmaktadır. Yeni Antalya Stadyumu’nun yanına yapılacak futbol sahası, eğitim merkezi ve Türkiye Futbol Federasyonu futbol akademisi olarak kullanılacaktır. Farklı ulaşım yollarıyla şehir merkezinden kolay bir şekilde ulaşılabilecek olan stadyum, havaalanına da tramvayla 5 dakikalık uzaklıkta olacaktır (www.igd.com.tr, 2010).

Antalya’ya gelen turistlerin en çok “Herşey Dahil” sistemini tercih etmelerinden dolayı, Antalya şehir merkezi turistler için cazibe noktası olmaktan çıkmaktadır. Proje kapsamında Antalya şehir merkezindeki pek çok tarihi yapının restorasyonunun yapılması, şehrin çeşitli yerlerinde devamlı gezilebilen sergiler oluşturulması planlanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen proje kapsamında Antalya’nın “Müze Kent” olması planlanmaktadır (www.antalya.gov.tr, 2011).

Antalya şehir merkezine ulaşımı desteklemesi beklenen proje, 2014 yılında tamamlanacaktır. Projenin, Antalya-Alanya arasında 139 km’lik bir güzergah üzerine inşaa edilmesi ve aradaki mesafeyi 38 dakikaya indirmesi planlanmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

Tablo 2.13 Etkinlikler ve Festivaller

Adı	Düzenleyen Kurum	Yeri	Zamanı
Antalya Altınportakal Film Festivali	Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı	Merkez	Ekim
Antalya Piyano Festivali	Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı	Merkez	Kasım
Alanya Turizm ve Sanat Şenliği	Alanya Belediye Başkanlığı	Alanya	Mayıs
Offshore Tekne Yarışları	Kemer Belediye Başkanlığı	Kemer	Temmuz
Uluslararası Dağ Bisikleti Maratonu Dünya Kupası 1. Ayağı	Side-Manavgat Turizm İşletmecileri Derneği	Manavgat	Mart
Side Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali	Side Belediye Başkanlığı	Manavgat-Side	Eylül

Kaynak: www.igd.com.tr, 2010.

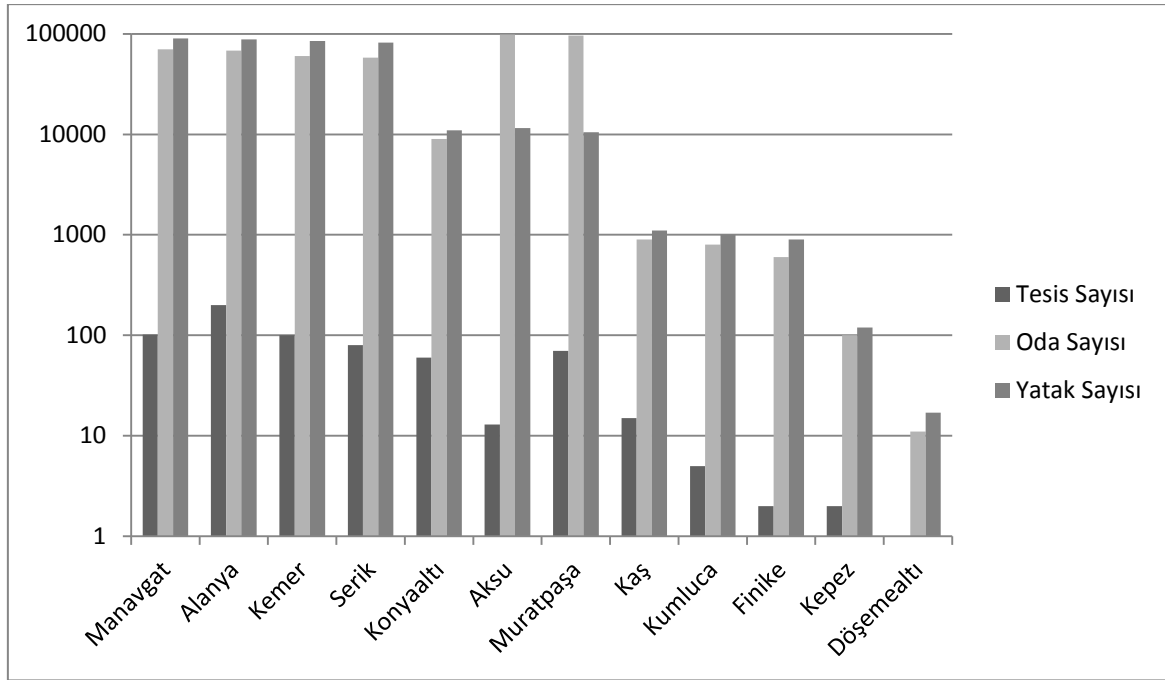
Antalya Turizm Kümesi'nin teknik alt yapısının, ulaşım olanaklarının, içme ve kullanma suyunun, barajların, su rezervlerinin, enerji kaynaklarının gerekli miktar ve kaliteye bazı yörelerde henüz ulaşamadığı bilinmekle beraber Türkiye geneli ile karşılaştırıldığında iyi bir seviyede olduğu söylenebilir. Antalya'da ulaşım, ağırlıklı olarak kara ve hava yolu ile sağlanmaktadır (Sarkım, 2007, s. 243) demiryolu neredeyse kullanılmayan ulaşım çeşididir.

Antalya Turizm Kümesi'nde yük taşımacılığında en önemli pay karayollarına aittir. Deniz ulaşım hatları henüz tam anlamıyla gelişimini tamamlamamış olup demiryolu yoktur. Antalya'nın özellikle turizm açısından sürekli gelişim trendi dikkate alınarak, havaalanı kapasitesi yeni açılan terminalle birlikte genişletilmiş, kara ve deniz taşımacılığını geliştirmek için teşvik alınmıştır. Kümenin modern, gelişmiş bir hava limanı vardır ve bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin büyük bir kısmı havayolunu kullanmaktadır (Sarkım, 2007, s. 243).

Antalya Turizm Kümesi'nde enerji kaynağı olarak ağırlıklı olarak elektrik enerjisi kullanılmaktadır. Aynı zamanda Türkiye toplamının %5.3'üne karşılık gelen 2.643 mwh düzeyinde hidrolik enerji üretimi yapılan Antalya'da, beş adet hidroelektrik santrali vardır. Bunlar, Oymapınar, Kepez I, Kepez II, Manavgat ve Karacaören hidroelektrik santralleridir (Sarkım, 2007, s. 243).

Turistik arz potansiyelini kapsamında değerlendirilen üst yapı dinlenme yerleri, otel, motel, restoranlar, alışveriş merkezleri, eğlence yerleri, müzeler, sağlık merkezleridir. Bu üst yapı tesislerinden kasıt çağdaş nitelikte geçici konaklama, beslenme, eğlenme, dinlenme ve benzeri ihtiyaçları karşılayabilen ekonomik ve sosyal olanakların tamamıdır. T.C. Turizm Bakanlığı onaylı turistik tesislerin Türkiye genelindeki yüzde dağılımı incelendiğinde Antalya Turizm Kümesi'nin % 25'lik pay ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

Mahalli idarelerce belgelendirilen turistik tesislerin dağılımında, Antalya Turizm Kümesi %14'lük payı ile yine ilk sıradadır. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan 2010 verilerine göre Turizm Bakanlığı onaylı konaklama tesisi sayısı Antalya geneli için 673 olup, bu tesislere ait toplam yatak sayısı 294.830'dur (www.antalyakulturturizm.gov.tr, 2010). Tablo 4, Turizm Bakanlığı onaylı turistik tesislerin Antalya'nın ilçelerine dağılımını göstermektedir. Tablo 6, Turizm Bakanlığı onaylı turistik tesislerin Antalya Bölgesi'nin 12 coğrafi kümesinin dağılımını göstermektedir. Tesislerin yoğunlaştığı ilk beş ilçe sırasıyla Manavgat, Alanya, Kemer, Serik ve Antalya Merkez'dir. Bu ilçeler, Antalya genelindeki tüm tesislerin toplam sayısının %96'sını barındırmaktadır (www.istanbuldegerleme.com, 2011).



Şekil 2.8 Turizm Bakanlığı Onaylı Turistik Tesislerin Antalya Bölgesi Coğrafi Kümelerine Dağılımı

Kaynak: www.antalyakulturturizm.gov.tr, 2010.

Antalya ilindeki turizm işletmelerinin sayısı aşağıdaki Tablo 2.14'te verilmiştir:

Tablo 2.14 Turizm İşletmeleri

Turizm İşletmesi	Toplam Sayı
1 Yıldız	80
2 Yıldız	120
3 Yıldız	200
4 Yıldız	240
5 Yıldız	280
Butik Hotel	60
Tatil Köyü	140
Diğer Konaklama İşletmeleri	3500
Turizm İle İlişkili Sivil Toplum Örgütleri	25
Havayolu İşletmeleri	6
Tur Operatörleri	24
Seyahat Acenteleri	820
Araç Kiralama	60
Üniversite	1
Toplam	6898

Kaynak: Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2011.

2.3.3 Antalya İli İşgücü Piyasası

Antalya sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından Türkiye genelinde ilk sıralarda yer almaktadır. Bu özelliğiyle yoğun bir iç göçle karşı karşıyadır (Bülbül ve Köse, 2010).

Şehirleşme için genç ve dinamik nüfus fırsat olarak görülmekle birlikte vasıfsız ve düşük eğitilmiş işgücünün artması Antalya Turizm Kümesi için tehdit olarak görülebilir.

Hizmet sektörü içinde belirleyici olan turizm kendi etrafında bir kümelenme yaratarak bir çok alanda üretimi harekete geçirmektedir. Otel, lokanta, havaalanı, ulaştırma ve destek hizmetlerinin yanında, bağlantılı olarak mobilya, otel tekstili, yiyecek-içecek üretimi, temizlik, özel güvenlik, çevre düzenlemesi gibi faaliyetler önem kazanmaktadır. Tarım sektöründe Türkiye'nin sebze ve meyve üretiminin önemli bir kısmı gerçekleşmektedir. Özellikle seracılık alanında Antalya Türkiye'de ilk sıradadır. Sebze ve meyvenin yanında süs bitkileri üretimi bir diğer önemli tarımsal faaliyet alanıdır. Tarımdaki kümelenme tohum-fide üretimi, tarıma yönelik plastik sanayi ve ekipman, tarım kimyasalları üretimi gibi alanlarda söz konusudur. Nüfus artışının yarattığı talebe bağlı olarak da inşaat, eğitim ve sağlık başta olmak üzere perakendecilik, inşaat malzemeleri, mobilya ve gıda imalatında gelişme vardır. Dolayısıyla imalat sanayinde hem turistlerin hem yerli halkın ihtiyaçlarını karşılamak üzere ağırlıklı gıda, metal, plastik, tekstil, ahşap ve mobilya ile inşaat malzemeleri alanlarında üretim yapılmaktadır (Toksöz, 2011).

Antalya ilinin dahil olduğu NUTS2-TR61 bölgesinin işgücü piyasasının temel özelliklerine 2009 yılı itibarıyla bakıldığında işgücüne katılım oranının Türkiye ortalamasından yüksek olduğu, bunun esas itibarıyla kadınların işgücü katılım oranlarının Türkiye ortalamasının on puan üzerinde olmasından ileri geldiği görülür. İstihdam oranları açısından da geçerli olan bu durum bölgenin hizmet ve tarıma dayalı istihdam yapısıyla ilişkilidir. İşgücünün yaklaşık üçte ikisinin (%64) lise altı eğitim düzeyinde olması işgücünün eğitim düzeyinin düşüklüğüne işaret etmektedir. 15-24 yaş arasındaki gençler arasında eğitim düzeyi lise altı olanların oranı %55'tir ve bu genel işgücüne kıyasla dokuz puan daha düşüktür. Yine de işgücündeki gençlerin yarısından fazlasının lise altı eğitilmiş olması ciddi bir eğitim yetersizliğinin göstergesidir. Gençlerin eğitim düzeyi yükseldikçe işgücüne katılım oranları artmakta, özellikle genç kadınlar açısından eğitim ve işgücüne katılım arasında bariz bir ilişki bulunmaktadır. Bölgede istihdamın yarıdan fazlası ticaret ve hizmetlerde, üçte biri tarımda ve %14'ü sanayidedir (www.ilo.org, 2011).

Antalya ekonomisine dair büyüme, ihracat potansiyeli, döviz getirisi gibi ekonomik kriterler gelişmenin motorunun turizm sektörü olduğunu, bu sektörün diğer bir çok alanda hizmet ve mal üretimini harekete geçirdiğini göstermektedir. İl işgücü piyasasında en önemli istihdam kaynağı da turizmle bağlantılı olarak başta otelcilik ve lokantacılık hizmetleri olmak üzere çeşitli hizmet alanlarıdır. Dolayısıyla özellikle genç işsizliğini azaltmak ve insana yakışır işlerin yaratılmasını sağlamak bakımından turizm ve bağlantılı sektörlerin öncelikle göz önünde tutulması gerektiği açıktır (Toksöz, 2011).

BM Ortak Programı'nın Antalya için sürdürülebilir ekonomik büyüme potansiyeli taşıyan ve özellikle gençler için 'insana yakışır iş' fırsatları sunacak öncelikli sektörleri bulmak üzere yaptığı çalışmada on sektör emek ve emek dışı faktörlerin aldığı yüksek değerler itibariyle seçilmiştir. Bunlardan ilk ikisi katma değeri yüksek tarımsal ürünlerin üretimidir. İzleyen üç sektör turizmle bağlantılı sağlık hizmetleri turizmi, yaşlı bakımı ve sağlığı turizmi ve alternatif turizm, yani iş ve ticaret ile fuar turizmidir. İzleyen diğer alanlar imalat sanayinin alt dallarıdır (Tunalı, 2002).

Turizmle bağlantılı bütün hizmet alanlarındaki artan istihdam sayıları, önerilen üç alt alanı yani sırasıyla sağlık hizmetleri turizmini, yaşlı bakımı ve sağlığı turizmini ve alternatif turizmi (iş, ticaret ve fuar turizmi) desteklemenin isabetine işaret etmektedir. Kuşkusuz tıbbi personelin eğitimi İŞKUR'un verebileceği mesleki eğitimlerin ötesinde bir şeydir. Ancak özellikle yaşlı bakımı ve sağlığı turizmi için gerekli olan yaşlı bakım elemanlarının eğitimi İŞKUR tarafından yapılabilir ve kadınlar açısından da önemli istihdam imkanları sunabilecektir. Burada mesleki eğitimlere yabancı dil öğretiminin entegre edilmesinin önemine dikkat çekilebilir. Bir diğer mülhaza bu tarz bakım/emeklilik evlerinin kurulmasının hemen kısa vadede gerçekleşmemesi durumunda eğitim gören işgücünün istihdam şansının ne olacağıdır. Bu eğitimi alanların yerli yaşlı nüfus için açılmaya başlanan bakım evlerinde de istihdam edilebileceği düşünülebilir (www.kalkinma.gov.tr, 2002).

Bir diğer alan olarak önerilen genel iş hizmetlerinin özellikle turistik faaliyetlerle bağlantılı destek ve idari hizmetler olabileceği belirtilmekte, temizlik, çevre düzenleme ve yolcu taşımacılığı örnekleri verilmektedir. Temizlik işleri bir eğitim gerektirmeden hem kadınlar hem erkekler tarafından yapılmaktadır. Yolcu taşımacılığı ise şoförlüğün toplumda bir erkek mesleği olarak kodlanmasından ötürü kadınlara büyük ölçüde kapalı bir alandır. Ancak bu alanda bir mesleki eğitim verilmesi kadar şoförlerin insani çalışma koşullarında, yasanın öngördüğü çalışma süreleri içinde istihdamının sağlanması trafik kazalarının önlenmesi bakımından da büyük önem taşımaktadır. Bu üç alan içinde çevre düzenlemesi için mesleki eğitim verilmesi ve katılımcılar arasında kadın kursiyerlerin de eşit şekilde yer almasına dikkat edilmesi söz konusu olabilir (Toksöz, 2011).

TÜİK Antalya ilinde talebe dönük bir işgücü piyasası analizi yapmak üzere 2010 yılında bir anket çalışması yürütmüştür. Anket sonuçlarına göre mevcut istihdam içinde %26.6 ile konaklama ilk sırada gelmekte, onu %16.6 ile perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), %8.5 ile kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, %7.6 ile toptan ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç) ve % 7.1 ile bina inşaatı izlemektedir. Bu beş sektör mevcut istihdamın %66'sını kapsamaktadır. Son bir yıl içinde işe girişlerin %50'si konaklama ve bina inşaatı sektöründe iken, kalan %50'si diğer 19 sektöre dağılmaktadır. Aynı

şekilde son bir yılda işten çıkışların %56'sı konaklama, bina inşaatı ve perakende ticaret alanlarındadır. Bu durum söz konusu sektörlerde istihdamın mevsimsel ve geçici yapısıyla ilişkilidir (www.tuik.gov.tr, 2010).

Antalya ilinde 2004-2009 arasında sigortalı çalışan sayısı 214.553'den 311.082'ye çıkarak %45 oranında artmıştır. Aynı dönemde Türkiye'de sigortalı çalışan sayısı 6.663.328'den 9.642.769'a çıkarak %44.7 oranında artmıştır. Antalya'nın sigortalı iş yaratma kapasitesinin Türkiye'ninkine denk olduğu görülmektedir (www.tuik.gov.tr, 2010).

Tablo 2.15 İŞKUR'a Kayıtlı İşgücü ve İşsizler-2009

	Erkek	Kadın	Toplam
2009'da yeni başvurular	24913	15000	39913
Kayıtlı İşgücü	28070	12896	40966
Kayıtlı İşsiz	24037	11411	35448

Kaynak: www.iskur.gov.tr, İŞKUR İstatistik Yıllığı, 2009.

Antalya ilinin büyüme, ihracat potansiyeli, döviz getirisi gibi ekonomik göstergeleri turizm sektörünün bu bölge için lokomotif sektör olduğunu kanıtlamaktadır. Bu bağlamda en önemli istihdam kaynağı, turizmle ilintili başta konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri olmak üzere çeşitli hizmet alanlarıdır. Dolayısıyla işsizliğin azaltılması ve yaşam standardı yüksek işler yaratılması açısından turizm ve bağlantılı sektörlerin öncelikli olması gerekliliği görülmektedir (Toksöz, 2011).

Öte yandan Antalya için tarım sektörünün dış ticaretteki payı giderek artmakta böylelikle bir diğer önemli istihdam alanı oluşturmaktadır. Ancak BM Ortak Programı araştırmasında yapılan görüşmelerde dile getirildiği gibi turizm ve tarım sektörlerinin kontrol edilemeyen dışsal faktörlere (doğal felaketler, salgın hastalıklar, terör eylemleri, politik veya ekonomik istikrarsızlıklar vb.) duyarlı olması Antalya ekonomisini kırılgan hale sokmaktadır. Ekonomik faaliyetlerin mevsimlik özellikleri dengesiz nakit akışı, ve vasıflı personelin elde tutulması bakımından sorunlar yarattığı gibi, deneyim birikimini engellemekte ve çalışanlar açısından düzensiz gelir, sosyal güvenlik haklarına erişimin zorlaşması gibi olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Bu nedenle turizm faaliyetlerinin bütün yıla genişletilmesini sağlayacak alternatiflerin geliştirilmesi noktasında genel bir uzlaşma vardır. Turizm faaliyetlerinin yılın 12 ayına yayılması bakımından özellikle gezi ve eğlence dışındaki faaliyetlerin çeşitlendirilmesinin, ticari ve sağlık amaçlı turizm etkinliklerinin artırılmasının taşıdığı öneme dikkat çekilmiştir (www.aib.gov.tr, 2010).

Antalya ilinin SWOT analizinde güçlü yönler arasında insan kaynaklarının mevcudiyeti, görece düşük işgücü maliyeti, dinamik ve enerjik nüfus, zayıf yönler arasında teknik işgücü

yetersizliği, niteliksiz işgücü, yabancı dil eksikliği, iş hacminin sezona bağlı oluşu nedeniyle ekonomik dengesizlik, işgücü devir hızının yüksek oluşu, yatırımcının uzun vadeli plan yapamaması sayılmaktadır. Fırsatlar arasında diğer şeylerin yanında sağlık, spor, kongre, inanç turizmi gibi alanlarda çeşitlilik ve büyüyen iş potansiyeli, tarım sektörünün ihracat potansiyeli, sanayinin büyüme potansiyeli, nüfusun genç ve dinamik yapısı dile getirilmektedir. Tehditler arasında göç nedeniyle düzensiz kentleşme, şirketlerde kurumsal yapı olmaması, profesyonel yönetim eksikliği, fiyat denetimsizliği, kalitesiz ürünlerin satılması, turistlerin aldatılması/kaybedilmesi, çevre kirliliği, turist profilinde düşüş, turizm gelirlerinde azalma gibi sorunlar ifade edilmektedir (Akova ve Baynazoğlu, 2012).

Aynı olgunun değişik yüzleri bir yanda fırsatlar, öte yanda tehditler içinde yer almakta ve birbirini tamamlayıcı nitelik taşımaktadır. Örneğin şehir açısından bir sorun kaynağı oluşturan hızlı nüfus artışının plansız kentleşme, altyapı açığı gibi olumsuz etkilerinin yanında tüketim mallarına ve hizmetlerine talep yaratmak gibi elverişli pazar koşullarının oluşmasında ve genç nüfusun varlığıyla ucuz bir işgücü havuzu yaratmada olumlu işlevi olduğu söylenebilir.

Başta turizm olmak üzere tüm sektörlerde yararlanan ucuz işgücü aynı zamanda yüksek işgören devir hızına sahiptir. Bu durum niteliksiz işgücü olarak bir kısıt ve zayıf yön olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim düşük ücretli mevsimlik işçiler için yaşamın Antalya'da pahalı olduğu dile getirilmiştir. İŞKUR verilerine göre toplam istihdamda en fazla artış beklenen meslekler turizmde operasyon elemanıdır. Toplam istihdamda en fazla azalış beklenen meslekler ise turizm ve otelcilik elemanıdır (www.iskur.gov.tr, 2010). Bu durum turizmin sezonluk olmasından kaynaklanmaktadır.

Turizmle bağlantılı bütün hizmet alanlarındaki artan istihdam sayıları, önerilen üç alt alan olan sağlık hizmetleri turizmi, yaşlı bakımı ve sağlığı turizmi ve alternatif turizmi (iş, ticaret ve fuar turizmi) teşvik etmenin gerekliliğini göstermektedir. Sağlık hizmetleri turizminde güçlü yanlar arasında tecrübeli cerrah ve diş hekimlerinin varlığı sayılırken zayıf yönler arasında nitelikli destek personelinin yokluğu (hemşire, anestezi uzmanı, paramedikal personeli) ve işgücünün yüksek devir hızı belirtilmektedir. Yaşlı bakımı ve sağlığı turizminde (emeklilik evleri) için güçlü yanlar arasında otelcilik işinde tecrübeli çift dilli personelin varlığı, düşük maliyetli barınma ve yaşlı bakım hizmetleri, zayıf yanlar arasında yaşlı bakımı için vasıflı eleman eksikliği dile getirilmektedir (Toksöz, 2011).

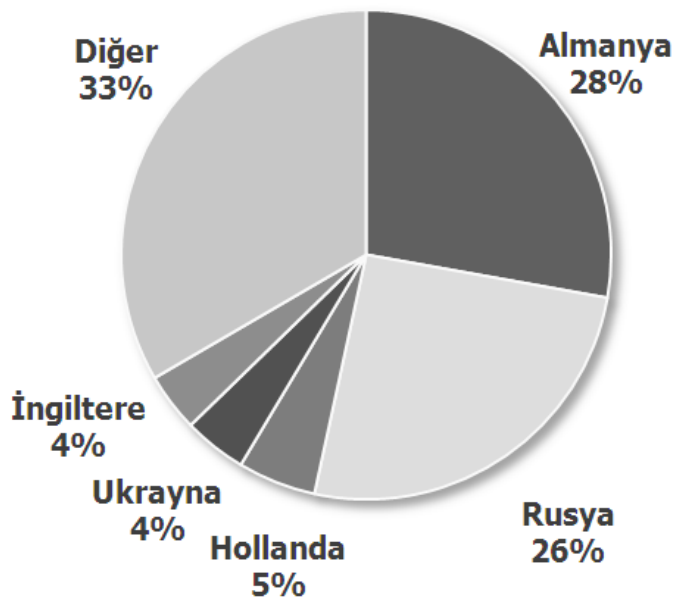
Alternatif turizm için güçlü yanlar arasında iyi eğitilmiş ve deneyimli işgücü, zayıf yanlar arasında işgören devir hızının yüksek olması, mevcut ve potansiyel çalışanların yabancı dil yetersizliği olarak belirtilmektedir. Antalya'da tüm nüfusa yönelik olan insan sağlığı hizmetleri alanındaki ciddi artış, 2004'de 1.618 kişi olan istihdamın 2009'da 5.598'e çıkması, bu alanın büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır (www.iskur.gov.tr, 2010).

Söz konusu raporda önerilen bir başka alan olan genel iş hizmetleri (temizlik, çevre düzenleme ve yolcu taşımacılığı) için güçlü yanlar arasında düşük işgücü maliyetleri, zayıf yönler arasında vasıflı ve eğitimli personel yokluğu, işin mevsimselliği, işgören devir hızının yüksek olması yer almaktadır. SGK verilerinde kara taşımacılığı sadece yolcu taşımayla sınırlı olmasa da, bu alanda 2004’de 5.557 olan çalışan sayısı 2009’da 12.081’e çıkarak önemli bir artış göstermiştir. Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri de istihdamın zaten yüksek olduğu ve 2004’de 21.433’den 2009’da 28.235’e çıkarak artış gösterdiği bir alandır (www.aib.gov.tr, 2010).

2.3.4 Antalya İli Turistik Talep Verileri

Turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri rasyonel veya irrasyonel nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan ve satın almayı gerçekleştiren insanların miktarıdır. Bu tanım kapsamında Antalya’ya bir yıllık bir süre içinde gelen ziyaretçilerin toplamı Antalya’ya olan talebi göstermektedir (Olalı ve Timur, 1988, s. 195).

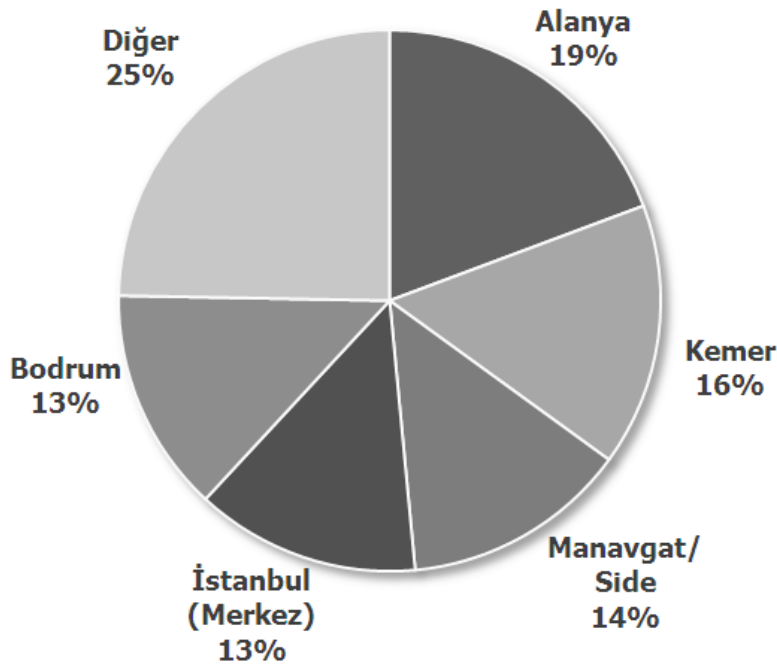
Şekil 4.5’teki Antalya’ya gelen yabancı turistlerin milliyet dağılımına baktığımızda, Almanya’dan gelen yabancı turistler %28 gibi bir orana sahipken Rusya %26’lık payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Şekil’de Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçilerin tercih ettikleri ilk 5 bölge verilmiştir. Bu bölgeler arasında, Antalya’nın Alanya, Kemer ve Manavgat ilçeleri ilk üç sırada yer almaktadır.



Şekil 2.9 Antalya’ya Gelen Yabancı Turistlerin Milliyet Dağılımı 2009

Kaynak: www.igd.com.tr, 2011, erişim: 30.11.2011.

Şekil 2.9'da yabancı turistlerin Türkiye'de en çok tercih ettiği beş bölge verilmiştir.



Şekil 2.10 Yabancı Turistlerin Türkiye'de Tercih Ettiği İlk 5 Bölge – 2008

Kaynak: www.igd.com.tr, 2011.

Şekil 2.10'a göre yabancı turistlerin %49 Antalya'daki tatil yerlerini tercih etmektedirler. Görüldüğü üzere Antalya'nın cazip turizm destinasyonlarında ilk sıralarda olduğu söylenebilir.

Tablo 2.16'da 2009 yılına ait Antalya ve Türkiye için karşılaştırmalı yabancı giriş sayıları verilmiştir.

Tablo 2.16 Yabancı Giriş Sayısı 2009

Yıl	Antalya	Türkiye	Antalya/Türkiye (%)
1990	808.379	5.389.308	15,00
2000	3.145.598	10.428.153	30,16
2005	6.882.246	21.124.886	32,58
2006	6.011.183	19.819.833	30,33
2007	7.291.356	23.340.911	31,24
2008	8.564.510	26.336.677	32,52
2009	8.260.399	27.077.114	30,51

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

Tablo 2.17'de ise Antalya'ya en fazla turist gönderen ülkeler 2009 verilerine göre sınıflandırılmıştır.

Tablo 2.17 Antalya'ya En Fazla Turist Gönderen Ülkeler 2009

Ülke	Sayı	Pay (%)
Almanya	2.291.061	27,7
Rusya	2.112.673	25,6
Hollanda	425.966	5,2
Ukrayna	344.233	4,2
İngiltere	319.913	3,9
Avusturya	246.547	3,0
Polonya	219.404	2,7
Fransa	218.636	2,6
İsveç	215.747	2,6
Belçika	207.231	2,5
Diğer	1.658.988	20,1
Toplam	8.260.399	100

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011.

2011 yılında Antalya'ya, 10.704.636'sı hava yolu ve 196.278'i deniz yolu ile olmak üzere toplam 10.900.914 ziyaretçi gelmiştir. 2011 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı ve uçak sayısının önceki yıla göre yaklaşık % 12 oranında artmıştır. Ayrıca, Antalya'ya 391.017 transit ziyaretçi girişi gerçekleşmiştir (www.antalya.gov.tr, 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

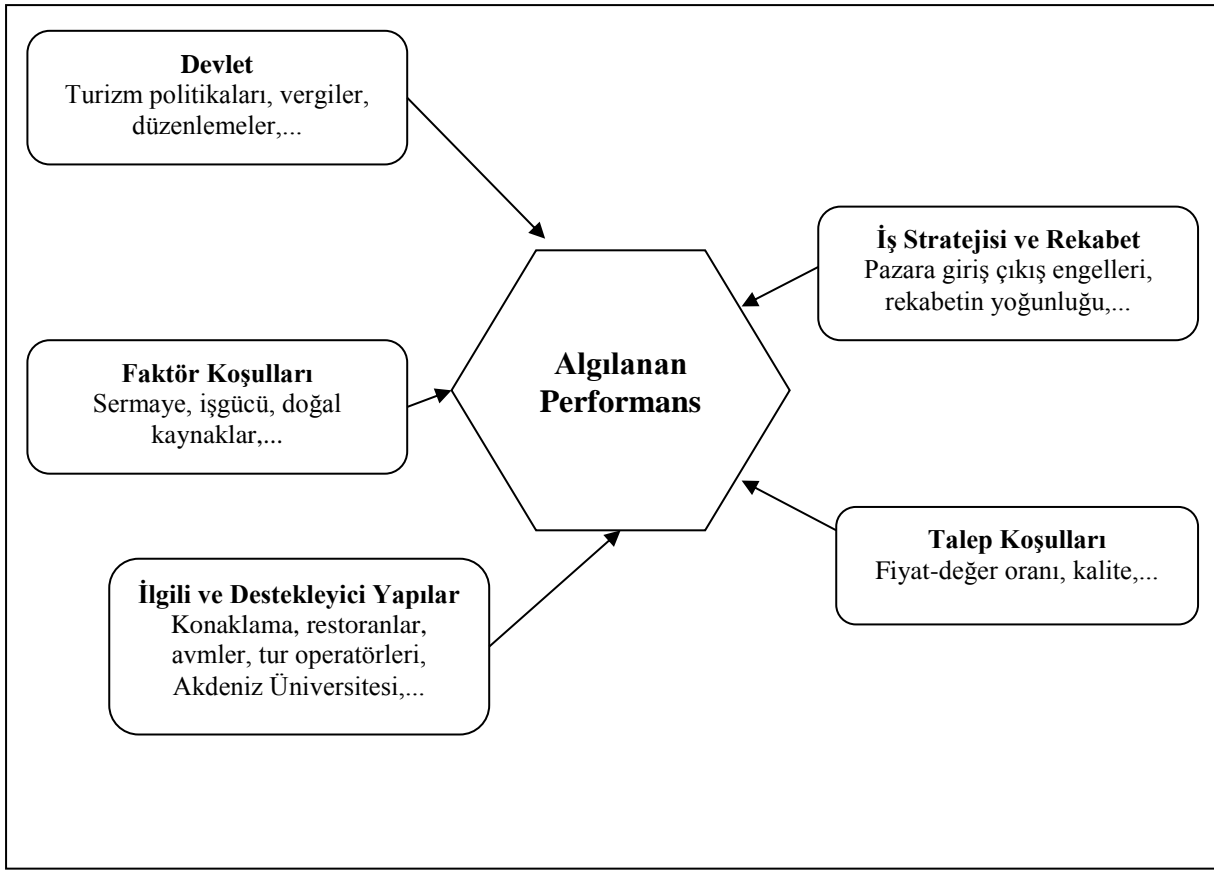
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ ve ANALİZLER

3.1 Araştırmanın Amacı ve Özgün Değer

Araştırmanın nihai amacı Antalya bölgesinin turizm kümesinin işleyişini anlayarak turizm endüstrisinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Sürdürülebilir bir turizm için destinasyon ve bölgesel düzeyde öğrenme en önemli katkıyı sağlamaktadır (Schianetz vd., 2007). Araştırma Antalya bölgesi turizm kümesine sistem yaklaşımı ile ele almaktadır, sistemi oluşturan her bir ögenin birbiri ile etkileşimde olduğu, sistemi oluşturan aktörlerin etkisinin yayılması sonucu kümenin gelişeceği varsayım olarak kabul edilmektedir.

Bu araştırmanın özgün değeri, Antalya Bölgesi Turizm Kümesi'nin profilini algılanan performansını Porter'ın Elmas Modeli bakış açısıyla çıkarmak üzere sistem yaklaşımının yakın/uzak çevre kavramını, ağ yaklaşımı ve kurumsal yaklaşımın yerleşiklik kavramını birlikte kullanacak şekilde tasarlanmış olmasıdır. Aynı zamanda bu çalışma Porter'ın Elmas Modeli'ndeki ilişki ağını kantitatif yöntemle analiz etmesi ve bu tür çalışmaların turizm disiplininde görece olarak azlığı bakımından özgündür. Araştırmanın bu yönüyle uygulama temelli bir araştırma olduğu söylenebilir. Geliştirilmesi amaçlanan ölçek aracılığıyla gerek uygulayıcılar, gerek akademisyenler gerekse politika yapıcılar algılanan küme performansını ölçebilecek bir araç edinmiş olabileceklerdir.

Porter'ın (1999) elmas modeline dayanan araştırma modelinde (Şekil 6.1.) yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak beş faktörün (talep koşulları, faktör koşulları, iş yapısı ve rekabet, ilgili ve destekleyici sektörler, devlet) algılanan küme performansına etkisi olup olmadığı etkileri varsa etki dereceleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla araştırmada Antalya bölgesi turizm kümesini oluşturan her bir bileşenin kümenin performansı üzerindeki etkisi, gücü ve yönü tespit edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 11 Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın dayandığı hipotezler şunlardır:

H₁: Faktör koşulları algılanan performansı etkiler.

H₂: Talep koşulları algılanan performansı etkiler.

H₃: İş ve rekabet yapısı algılanan performansı etkiler.

H₄: İlgili ve destekleyici sektörler algılanan performansı etkiler.

H₅: Devlet algılanan performansı etkiler.

3.2 Deneme Ölçeğinin Geliştirilmesi

Bu bölümde uygulamada kullanılan deneme ölçeğinin geliştirilme aşamaları açıklanmaktadır.

3.2.1 Ölçülecek Özelliğin Tanımlanması

Bu çalışmada ölçülecek özellik Antalya Turizm Kümesi'nin algılanan performansıdır. Bu çalışmada ölçülmek istenen özellik olan algılanan küme performansı hakkında geniş çaplı bir literatür incelemesi yapılmış ve önceki bölümlerde bu incelemelerin özeti aktarılmıştır. Ölçekteki ifadeler (sorular) ölçülen özellik boyutunu (Antalya Bölgesi Turizm Kümesi

Algılanan Performansı) tüm yönleriyle kapsayan ve onu temsil eden şekilde hazırlanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla özellik konusu (algılanan küme performansı) hakkında olabildiğince heterojen 20 kişilik bir örneklemden (akademisyenler, konunun uzmanları, öğrenciler, yerel halk, turizm çalışanları, STK üye ve yöneticileri) bilgi toplanmıştır. Bunun için örneklemdaki bireylerin algılanan küme performansı ile ilgili görüş ve düşüncelerine ait kompozisyon yazmaları istenmiştir. Yazılan kompozisyonlarda belirtilmiş olan algılanan küme performansına ilişkin öğeler sistematik biçimde analiz edilerek ifadelerin yazılması için ipuçları toplanmıştır.

Literatür incelemesi ve heterojen grup görüşmesi ile elde edilen ipuçlarından yararlanılarak, Porter'ın Elmas Modeli temelinde algılanan küme performansına yönelik ifadeler tasarlanmıştır. Tasarlanan ifadeler cevaplayıcıların hali hazırdaki katılma katılmama durumlarını ölçen 7 noktalı şekilde hazırlanmıştır. Aday ölçek maddeleri değişik anlamlara yol açmadan öz ve sade biçimde ifade edilmeye çalışılmıştır.

3.2.2 Deneme Ölçeğinin Düzenlenmesi ve Deneme Uygulaması

Maddelerin bir grup üzerinde denenmesinden sonra amaca hizmet etmeyen yeterli güvenilirlik ve geçerlikte olmayan maddelerin ortaya çıkma olasılığına karşı ölçekte kullanılması tasarlanan madde sayısının yaklaşık üç katı madde hazırlanmıştır. 320 sorudan oluşan ölçme aracının ilk versiyonunda yapılan analizler sonucunda kusurlu olduğu saptanan maddeler çıkarılmış, yeniden yazılmış veya düzeltilmiştir. Bu düzeltmeler neticesinde aday ölçeğinin madde sayısı 142'ye, daha sonra 103'e uygulama ve analizlerin tekrarından sonra ise en son haliyle 88 soruya indirgenmiştir. Düzenlenen aday ölçek birden fazla alt ölçek (talep koşulları alt ölçeği, faktör koşulları alt ölçeği, ilgili ve destekleyici sektörler alt ölçeği, iş yapma yapısı ve rekabet alt ölçeği, devlet alt ölçeği, performans alt ölçeği) içerdiğinden bu alt ölçekler başlıklarla birbirlerinden ayrılmıştır (bkz. Ek1).

Aday ölçek maddeleri denenmeden önce şu hususlarda ön incelemeden geçirilmiştir:

- Yazılan ifadelerin özellik kapsamını tümüyle temsil etmesi ve sınanmayan yanının kalmaması,
- Yazılan her bir ifadenin, madde yazımında öngörülen özellikleri taşıması,
- Deneme ölçeği içinde aynı fikir (görüş) öğesini içeren hem olumlu hem olumsuz ifadelerin birlikte bulunmaması,
- Bir fikir (görüş) ifadesi ile diğer bir fikir (görüş) ifadesi arasında anlamca kesişim, alt küme - üst küme ilişkilerinin bulunmaması,
- Basılı materyalde yazım hatalarının, anlatım bozukluklarının olmaması,
- Cevaplayıcılar ve uygulamacılar için hazırlanan yönergelerin açık ve anlaşılır olması,

- Düzenlenen ifade listesi ve cevap kâğıdının okuma ve cevaplama zorluk çıkaran yanlarının olmaması,
- Çoğaltılan kopyalarda baskı hatalarının bulunmaması.

Bu çalışmaya istinaden değişikliğe gidilen sorular aşağıdaki gibidir:

- Ek 1'in 1. Bölümündeki 2., 10., 12., 16., 36. sorulardaki “niteliği tatmin edicidir” ifadesi “kalitesi tatmin edicidir” olarak değiştirilmiştir.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 29. Soru olan “Bölgedeki üniversite sayısı yeterlidir” ifadesi, 32. Soru olan “Bölgedeki üniversite sektöre yönelik eğitim konusunda yeterlidir” ifadesi, 33. Soru olan “Bölgedeki üniversite yeterli bilimsel çalışmaları gerçekleştirmektedir” ifadesi pilot çalışmada yer alan panelistler konuyla doğrudan ilgili bir ifade olmadığı görüşüne sahip oldukları için çıkarılmıştır.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 39. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri kültürel kaynakların sayısı yeterlidir” ifadesi, 41. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri doğal kaynakların sayısı yeterlidir.” ifadesi, 43. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri tarihi kaynakların sayısı yeterlidir” ifadesi, 45. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri doğal yaşamı koruma alanlarının sayısı yeterlidir” ifadesi, 47. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri dağların sayısı yeterlidir” ifadesi, 49. Soru olan Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri plajların sayısı yeterlidir ifadesi söz konusu kaynakların niceliğinin yeterli veya yetersiz olmasının araştırma sorusuna etkisi nispeten az olduğu için çıkarılmıştır.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 51. Soru olan “Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri geleneksel yaşam tarzını gözlemleyebilecekleri imkanların sayısı yeterlidir” ifadesi, 52. Soru olan “Turistlerin geleneksel yaşam tarzını gözlemleyebilecekleri imkanlar iyi değerlendirmektedir” ifadesi, 53. Soru olan “Turistlerin yerel kültürel olayların gözleme imkanları yeterlidir ve iyi değerlendirilmektedir” ifadesi, 54. Soru olan “Turistlerin kültürel olayların gözleme imkanları iyi değerlendirilmektedir” ifadesi aynı anlamlara geldiğinden bu ifadeleri çıkarılmış yerine “Turistlerin geleneksel yaşamı ve kültürel olayları gözleme imkanları iyi değerlendirilmektedir” ifadesi eklenmiştir.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 65. Soru olan “Turistler sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesinden memnun kalırlar” ifadesi ve 69. Soru olan “Bölgede turistlere nasıl hizmet verileceği bilinmektedir” ifadesi benzer anlamları içerdiğinden 69. Soru çıkarılmıştır.

- Ek 1'in 1. Bölümündeki 67. Soru olan "Bölge turistler tarafından tercih edilir." İfadesi ile 70. Soru olan "Bölgeyi talep eden turist sayısı yeterlidir" ifadesi benzer anlamları içerdiğinden 67. Soru çıkarılmıştır.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 84. Soru olan "Sürdürülebilir turizm bölgenin geleceği için çok önemlidir" ifadesinin önceki çalışmalara istinaden yanıtı bilinen bir soru olduğu görüşünden hareketle bu soru çıkarılmıştır.
- Ek 1'in 1. Bölümündeki 86. Soru olan "Devletin sağladığı alt yapı yeterlidir" ifadesi yeterince açık olmadığından "Devletin sağladığı şehircilik alt yapısı yeterlidir" şeklinde değiştirilmiştir

Hazırlanan Likert tipi aday ölçekte yer alan maddeler, ön incelemeden geçirilip gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra tasarlanan maddelerden hangilerinin istenen niteliklere sahip, hangilerinin ölçülmek istenen özelliği (algılanan küme performansı) ölçmede yetersiz ve hangilerinin kusurlu olduğu deneme uygulamasından elde edilen görgül verilere dayalı olarak belirlenmiştir.

Deneme örnekleme araştırmacının inisiyatifi ile seçilmiş olasılıklı olmayan örneklemedir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda bir evrenin temsilci bir örneği yerine, amaçlı olarak birkaç alt kesimi örnek olarak alınmıştır. Başka bir deyişle amaçlı örnekleme gereğince, evrenin soruna en uygun kesimi (sektör deneyimine güvenilen işletme yöneticileri, STK üyeleri ve konuya hakim akademisyenler) gözlem konusu yapılmıştır (Sencer, 1989, s.386). Deneme uygulamasının 60 günde tamamlanma zorunluluğu, sınırlı olan mali kaynaklar ve örnekleme anketinde gerekli çalışan sayısı sınırlı olduğu için deneme uygulaması örneklem büyüklüğü belirlenirken bu faktörler ve yapısal eşitlik modeli analiz yönteminin örneklem büyüklüğü gereklilikleri dikkate alınmıştır. Tabachnick ve Fidell (1996) ve VanVoorhis ve Morgan (2007) yapısal eşitlik modeli analizlerinde örneklem büyüklüğünün gözlenen değişken sayısının en az 10 katı olması gerektiğini ifade etmişlerdir. 103 soru için 1030 örneklem sayısı yeterli görülmüş ve toplamda 1043 katılımcıya ulaşılarak ilk deneme uygulaması gerçekleştirilmiştir.

3.2.3 Deneme Uygulamasından Elde Edilen Verilerin Analizi ve Madde Seçme

Denemelik ölçekten elde edilen veriler denemelik ölçeğin ve deneme uygulamasının elverdiği ölçüde güvenilir ve geçerli bir ölçek olup olmadığını tespit etmek amacıyla analizlere tabi tutulmuştur.

103 soruluk denemelik ölçeğin güvenilirlik katsayısı Cronbach'ın alfa değerine göre %94,8 bulunmuştur. Sosyal bilimler için %70 ve üzeri kabul gören bir orandır (Hair v.d., 1995). 103 maddelik deneme ölçeğinin ölçek istatistikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 3.18 Deneme Ölçeği İstatistikleri

Ortalama	Varyans	Standart Sapma
407,14	3208,01	56,63

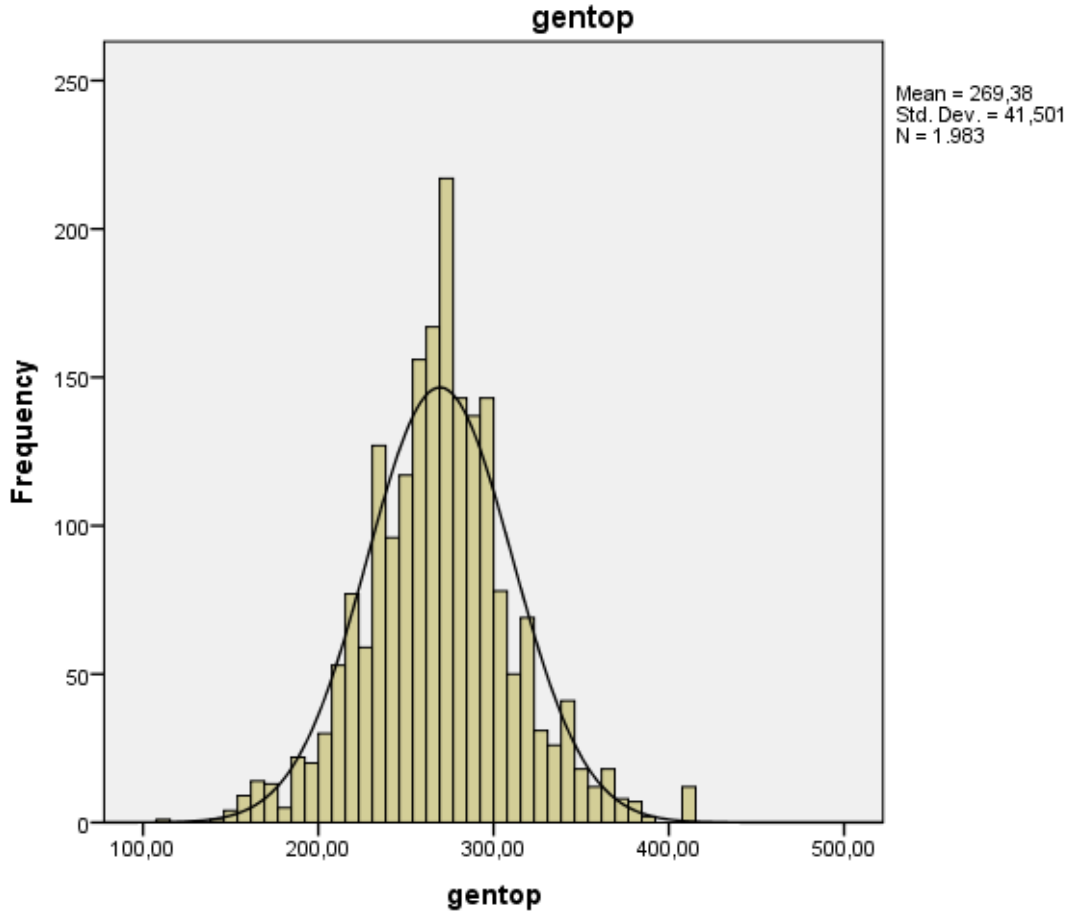
Değişkenlerin kategorize edilerek ana faktörlere dağıtılması amacıyla Faktör Analizi yapılmıştır. Tablo 6.2'de görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin testi 0,895 değeri ile örneklemin yeterli olduğuna işaret etmektedir. Bartlett'in küresellik testi 48069,336 ($p=0,000$) değeri ile değişkenlerin varyans hipotezi ve kovaryans matrisinin reddedildiğini ve faktör analizi yapmaya uygun olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 3.19 KMO ve Bartlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Yeterliliği	Ölçeğin	Örneklem	0,895
Bartlett'in Küresellik Testi			48069,336
df			4095
Sig.			,000

Yapılan ilk faktör analizinde ortak varyans tablosuna (communality) bakarak 15 değişken elenmiş, faktörleşme 20 faktörden 88 değişken ile 14 faktöre düşürülmüştür. Analizin bu bölümünde 0,500 değerinin altında olan değişkenler çıkarılmış, özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük olarak atanan 14 faktör bulunmuştur. Çıkarılan değişkenlerin tablosu aşağıda verilmiştir.

Tek tek maddelerin analizine geçilmeden önce ölçek puanlarının dağılım özellikleri incelenmiştir. Şekil 6.2'de denemelik ölçeğin ölçek puanları dağılımını, normal dağılım eğrisi ile karşılaştıran bir histogram verilmiştir.



Şekil 12 Ölçek Puanlarına Ait Histogram

Tablo 6.3'te betimsel istatistikleri verilen denemelik ölçekte 88 madde bulunduğu göre alınabilecek en düşük puan 88, en yüksek puan ise 616'dır. Ölçek puanlarının tutumun en olumsuz ucundan en olumlu ucuna kadar olan tutum öğelerini kapsamı için dizi genişliğinin (616-88=) 528 olması beklenirken, bu örnekte dizi genişliğinin 307 olduğu görülmektedir. Şu halde, denemelik ölçeğin beklenen ranjın bir kısmını kapsadığı görülmektedir.

Tablo 3.20 Aday Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Aritmetik Ortalama	Ranj	Standart Sapma	Standart Hata	Frekans	En Küçük Puan	En Yüksek Puan	Varyans	Çarpıklık	Sivrilik
269,37	307	41,5	0,93	2020	108	415	1722,31	0,155	0,866

Denemelik ölçekten elde edilen aritmetik ortalama 269,37, hipotetik olarak beklenen ortalama ölçek puanı ise 440'dır. Tablo 'da bu farkı sınavan t-testi sonuçları görülmektedir. Buna göre denemelik ölçeğin aritmetik ortalaması, 0,001' den düşük bir yanılma payı ile, beklenen ortalamadan küçüktür (McNemar, 1969, s. 113).

Tablo 3.21 Deneme Ölçeği Puanları Ortalamasının Beklenen Ortalamadan Farkının Test Edilmesi

Arit. Ort.	SD	T değeri	Anlamlılık
269,37	99	-13,968	0,001

Korelasyonlara dayalı analiz işlemleri için her maddeye ait puan dizisi ile ölçeğin puan dizisi arasında korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonucu her bir maddenin toplam puanla ilişkisi 0,01seviyesinde anlamlı çıkmıştır. Likert'in ölçek tanımında madde puanları dizisi sürekli bir değişken olarak kabul edildiğinden ve ölçek puanları dizisi de sürekli bir değişken olduğundan, madde puanları ile ölçek puanları arasındaki korelasyon Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı cinsinden hesaplanmıştır.

3.3 Deneme Ölçeğinin Uygulanması

Deneme ölçeğinin test edildikten sonra daha büyük bir örnekleme uygulanması ve aşamaları aşağıda verilmiştir.

3.3.1 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini turizm işletmelerinin kümelenme eğilimi gösterdikleri Antalya bölgesinde faaliyette bulunan turizm belgeli işletmeler, sivil toplum kuruluşları ve üniversite oluşturmaktadır. Araştırmanın modeli nihai tüketiciden (turistler) ziyade kurumsal müşterilere ve sektörel analize odaklanmıştır. Ancak turistleri dolaylı olarak seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin temsil edeceği varsayılmıştır. Acenteler ve operatörler turistlere sık sık uyguladıkları anketler ve yaptıkları araştırmalar sayesinde turistlerin görüşlerine hâkimdirler ve turistleri temsil edebileceklerdir. Bu sebeplerle turistler araştırma evrenine dahil edilmemiştir. Resmi kayıtlara göre Türkiye'ye gelen turistlerin %50'si Antalya bölgesini tercih etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, 2010 yılının Ocak-Ekim dönemine ilişkin turizm istatistiklerine göre, en fazla turist 8 milyon 868 bin 411 ile Antalya'ya gelmiştir. Aynı dönemde İstanbul'a gelen yabancı misafirlerin sayısı ise, 5 milyon 939 bin 580 olarak, Muğla'ya gelen turistlerin sayısı ise 2 milyon 950 bin 364 kişi ziyaret etmiştir (www.tuik.gov.tr). Benzer bir turizm kümelenmesi Muğla bölgesinde de bulunmakla birlikte, ülkeye gelen yabancı turist sayısındaki ağırlığı nedeniyle Antalya bölgesi turizm kümesi için uygun bulunmuştur.

Önceki bölümlerde nasıl geliştirildiği anlatılan ve Ek 1'de verilen soru formu ile ölçülmeye çalışılacak olan algılanan küme performansına dayanmaktadır. Algılanan küme performansını ölçmeye çalışacak olan aday ölçek için Antalya Turizm Kümesi'nin aktörleri evren olarak seçilmiştir. Bu aktörlerin bilgilerine Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü aracılığıyla

ulaşmıştır. Araştırmanın evrenini oluşturan turizm kümesinin temel aktörlerinin sayıları Tablo 6.1'de verilmiştir. Porter'ın Elmas Modeli'ne göre gerçekleştirilen teorik modelde (bkz. Şekil 6.1) yer alan hipotezleri test etmek için oluşturulan soru formları Antalya Bölgesi'nde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sahiplerine, her kademedeki yöneticilerine, çalışanlarına ve üyelerine uygulanmıştır.

Tablo 3.22 Araştırmanın Evreni

Kültür ve Turizm Bakanlığından Belgeli Turizm İşletmeleri	Toplam Sayı
1 Yıldız	80
2 Yıldız	120
3 Yıldız	200
4 Yıldız	240
5 Yıldız	280
Butik Hotel	60
Tatil Köyü	140
Diğer Konaklama İşletmeleri	3500
Turizm İle İlişkili Sivil Toplum Örgütleri	25
Havayolu İşletmeleri	6
Tur Operatörleri	24
Seyahat Acenteleri	820
Araç Kiralama	60
Üniversite	1
Toplam	6898

Kaynak: Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 22.06.2011

Araştırmada tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme metodu kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme birimi Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden elde edilen kayıtlarda yer alan tabloda sayıları ve tipleri verilen kuruluşların sahip, yöneticileri ve çalışanlarıdır. Araştırmada turistler yer almamaktadır. Zaman ve maliyet gibi kısıtlar sebebiyle turistlere sık sık Antalya destinasyonu ile ilgili anketler uygulayan tur operatörleri, seyahat acentelerinin görüşleriyle turistleri temsil edebileceği varsayılmıştır. Soru Formları yüz yüze uygulanmıştır.

Araştırmanın örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında yapısal eşitlik modeli analiz yönteminin örneklem büyüklüğü gereklilikleri dikkate alınmıştır. Tabachnick ve Fidell (1996) yapısal eşitlik modeli analizlerinde örneklem büyüklüğünün gözlenen değişken sayısının en az 10 katı olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu araştırmada kullanılan gözlenen değişken sayısı 88 olup (bkz Ek 1), bu sayının 10 katı olan 880 sayısı örneklem büyüklüğü gerekliliğini karşılamaktadır. İlk deneme uygulamasında 913 olan örneklem büyüklüğü ikinci deneme uygulamasında kayıp verilerin oluşabileceği, kullanıma uygun olmayan anketler olabileceği varsayımıyla ve diğer sebeplerle 2000 olarak belirlenmiştir. Sonuçta 2020 adet veri elde

edilmiştir. Araştırmada kullanılan 2020 kişilik örneklem büyüklüğü, yapısal eşitlik modeli örneklem büyüklüğü şartını sağlamaktadır.

3.3.2 Veri Toplama

Araştırmanın veri toplama aşamasında kullanılmak üzere önceki bölümlerde geliştirilme aşamaları anlatılan ve literatüre (Bahar ve Kozak, 2005; Konecnik, 2002; Fodness, 1994) dayalı olarak yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır (Ek 1). Veri toplama aracı yapısal eşitlik modellemesine imkân vermesi amacıyla 7 noktalı likert tipi sorulardan oluşturulmuştur. Araştırmanın veri toplama aşamasında eğitimli anketörler kullanılmıştır.

Likert ölçekleme modeli, diğer modellere oranla sezgilere daha çok dayanır. Bu model, tutum ölçeği olarak bilinmekle birlikte bu çalışmada nesneye ait özellik (kümenin algılanan performansı) ölçeği olarak kullanılmıştır. Ölçek her bir bileşeni hakkında oldukça sezgisel sayıtlara dayandığı bilinmektedir (Tezbaşaran, 2008). Aynı şekilde Porter'ın Elmas Modeli de daha önce bahsedildiği üzere sezgisel bir modeldir.

Üç ayrı soru kümesi halinde düzenlenmiş olan EK 1 soru formunun çok uzun algılanmasını önlemek ve yanıtlama süresini kısaltabilmek amacıyla üç soru kümesini az sayıda sayfada yanıtlanabilir hale getirecek şekilde yeniden düzenlenmiştir. Aday ölçeğin anlaşılabilirliği ve yanıtlanabilirliği pilot çalışmada değerlendirilmiş ve anketin yüz yüze yürütülmesi ve araştırmacıların uygun açıklamaları yapmaları koşulu ile kullanılabilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma anketi Şubat 2012 – Haziran 2012 arasında uygulanmıştır. Toplam 2020 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde ise SPSS ve LISREL paket programlarından yararlanılmıştır.

3.4 Analizler

3.4.1 Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi çok boyuttan oluşan ölçeklerde maddelerin boyutlar altında toplanmasını sağlayarak gerçek hayatta gözlemlenmeyen kavramların incelenmesine imkan verir (Demir, 2009). Porter'ın (1999) Elmas Modeli 5 boyut önermektedir, ilgili ve destekleyici sektörler, talep koşulları, iş yapısı ve rekabet, faktör koşulları ve devlet. Ayrıca Antalya Turizm Kümesi'nin algılanan performansını ölçmek amacıyla soru formuna performans boyutu araştırmacı tarafından eklenmiştir. Nihai soru formu 6 boyuttan oluşmaktadır.

Veri setinin örnekleme yeterliliğini ölçmek amacıyla KMO Testi ve genelleştirilebilirliğini test etmek amacıyla Bartlett Küresellik Testi değerleri hesaplanmıştır. KMO Örneklem Uygunluğu Testi değeri 0,885 olarak bulunmuştur. Bartlett'in Küresellik Testi için hesaplanan Ki-Kare değeri 57675,329 istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,001$). Bu değerler örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulamak için yeterli ve faktör analizinin genelleştirilebilir olduğu yönünde yorumlanmıştır.

88 soruya temel bileşen yöntemiyle, özdeğer ≥ 1 için varimax döndürmesiyle tanımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucu elde edilen boyutlar tanımlayıcı faktör analizi sonuçları literatür ile uyumlu faktörleşme yapısı göstermiştir. 88 soru 6 boyut altında toplanmıştır. 6 boyut toplamda varyanstaki değişimin %63,155'ini açıklamaktadır (Tablo 6.6).

Tablo 23 Boyutların Varyansı Açıklama Oranı

BOYUTLAR	Faktör Koşulları	İlgili ve Destekleyici Sektörler	İş ve Rekabet Yapısı	Devlet	Talep	Performans
Başlangıç Özdeğeri	24,271	15,292	8,662	7,378	2,396	5,62
Döndürme Sonrası Faktör Yükleri	12,284	22,747	12,311	6,321	3,898	5,994
Kümülatif Varyans Açıklama Oranı	24,271	39,563	48,225	55,603	57,999	63,155

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) baz alınarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri son derece tatminkardır, Ki-Kare değeri 3409,09, serbestlik derecesi 507 olarak hesaplanmıştır. Bağlı Ki-Kare İndisi ki-kare'yi daha az örnek büyüklüğüne bağımlı hale getiren bir yöntem olup ki-kare'nin serbestlik derecesine bölümünden elde edilir. Bu değer 2:1, 3:1 aralığında olması gerekir. Bazı araştırmacılara göre ise 8 ve daha aşağı bir değer de modelin kabul edilebilmesi için yeterli sayılabilir (Ventura, 2011). Bu çalışmada Ki-Kare değerinin serbestlik derecesine oranı 6,77 olarak bulunmuştur. Örneklem hacminin büyük olması sebebiyle bu indisin istenen değer üzerinde çıktığı söylenebilir. RMSEA değeri 0,053'tür ve sınır değer olan %5'e çok yakındır. Dolayısıyla kabul edilebilir bir değerdir.

GFI (Goodness-Of-Fit Index), varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir. GFI'nın 0,90'ı aşması iyi bir model göstergesi olarak alınmaktadır. Bu, gözlenen değişkenler arasında yeterince kovaryansın hesaplandığı anlamına gelmektedir (Ventura, 2011). Bu çalışmada GFI=0,94 bulunmuştur, dolayısıyla indis iyi bir modele işaret etmektedir.

AGFI (Adjusted Goodness-Of-Fit Index) GFI testinin yüksek örnek hacmindeki eksikliğini gidermek amacıyla kullanılan bir indekstir. Değeri 0-1 arasında değişir ve 0,90'ın üzerinde

olması gerekir (Ventura, 2011). Bu çalışmada AGFI=0,95 bulunmuştur. Ancak örneklem hacmi YEM için büyük olmasına rağmen GFI istenen değeri verdiği için bu çalışma için AGFI ikincil bir indistir.

NFI (Bentler Bonett Index veya Normed Fit Index) varsayılan modelin temel ya da sıfır hipoteziyle olan uygunluğunu araştırır. Amaç varsayılan modelin kullanılmasıyla iyileşen uygunluk miktarını belirlemektir. Diğer bir deyişle sıfır hipotezinin uygunluğu ile karşılaştırıldığında varsayılan modeli kullanarak elde edilen uygunluktaki artış miktarını gösterir ve 0-1 arası değer alır. Bulunan değer 0,90 üzerinde olması gerekir ve 1'e ne kadar yaklaşırsa o kadar fazla uyum iyiliğine sahiptir (Ventura, 2011). Bu çalışmada NFI=0,94 bulunmuştur. Model yeterli uyum iyiliğine sahiptir.

RMR (Root Mean Square Residual) değeri 0'a yaklaştıkça test edilen modelin daha iyi uyum iyiliği gösterdiği anlaşılır (Ventura, 2011). Bu çalışmada RMR=0,080 bulunmuştur. Model açısından nispeten iyi bir değerdir. Standardize edilmiş şekline SRMR uyum iyilik indeksi denir ve SRMR değeri de 0'a yaklaştıkça modelin uyum iyiliği artar (Ventura, 2011). Bu çalışmada SRMR=0,039 bulunmuştur. 0'a oldukça yakındır ve modelin uyum iyiliğinin yeterli olduğuna işaret etmektedir.

CFI (Comparative Fit Index) Mevcut modelin uyumu ile gizil değişkenler arası korelasyonu ve kovaryansı yok sayan sıfır hipotez modelinin uyumunu karşılaştırır. CFI, 0-1 arası değişen değerler alır. 1'e yaklaştıkça uyum iyiliğinin arttığını gösterir veya daha yüksek CFI'ya sahip modelin daha güçlü uyum içinde olduğunu vurgular (Ventura, 2011). CFI=0,95 bulunmuştur. Dolayısıyla modelin uyum iyiliği yeterlidir. Tabloda uyum iyiliği indisleri özet olarak verilmiştir:

Tablo 24 Ölçüm Modeli İçin Uyum Ölçüleri

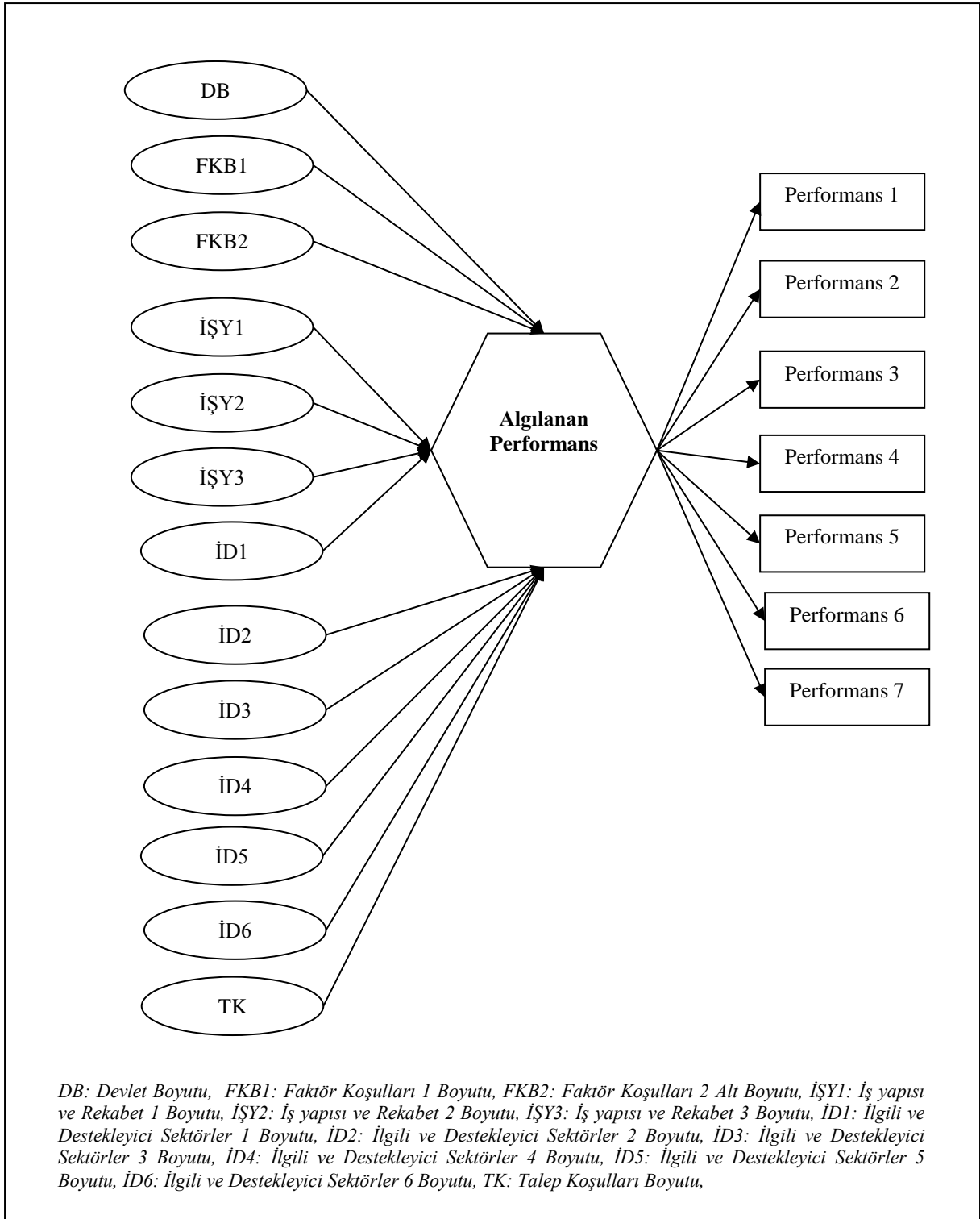
Uyum Ölçüsü	Değer	Uyum
X^2/df	6,77	Kabul edilebilir
RMSEA	0,053	Kabul edilebilir
GFI	0,94	İyi Uyum
AGFI	0,95	İyi Uyum
NFI	0,94	İyi Uyum
RMR	0,080	Kabul edilebilir
SRMR	0,039	İyi Uyum
CFI	0,95	İyi Uyum

Tablo 3.7'de yer almayan uyum ölçütlerinden biri araştırma örnekleminin yeterliliğinin değerlendirildiği “kritik N” (Critical N-CN) değeridir. YEM’ de 200 ve daha üstü bir değer kritik N istatistiği açısından yeterli model uygunluğu göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bollen, 1989). CN, model uygunluğunun ötesinde örneklem sayısının yeterliliğini

değerlendirmekte kullanılmaktadır (Jöreskog ve Sörbom, 1996). Bu çalışmada CN=341,95 bulunmuştur, araştırmada kullanılan 2020 birimlik örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir.

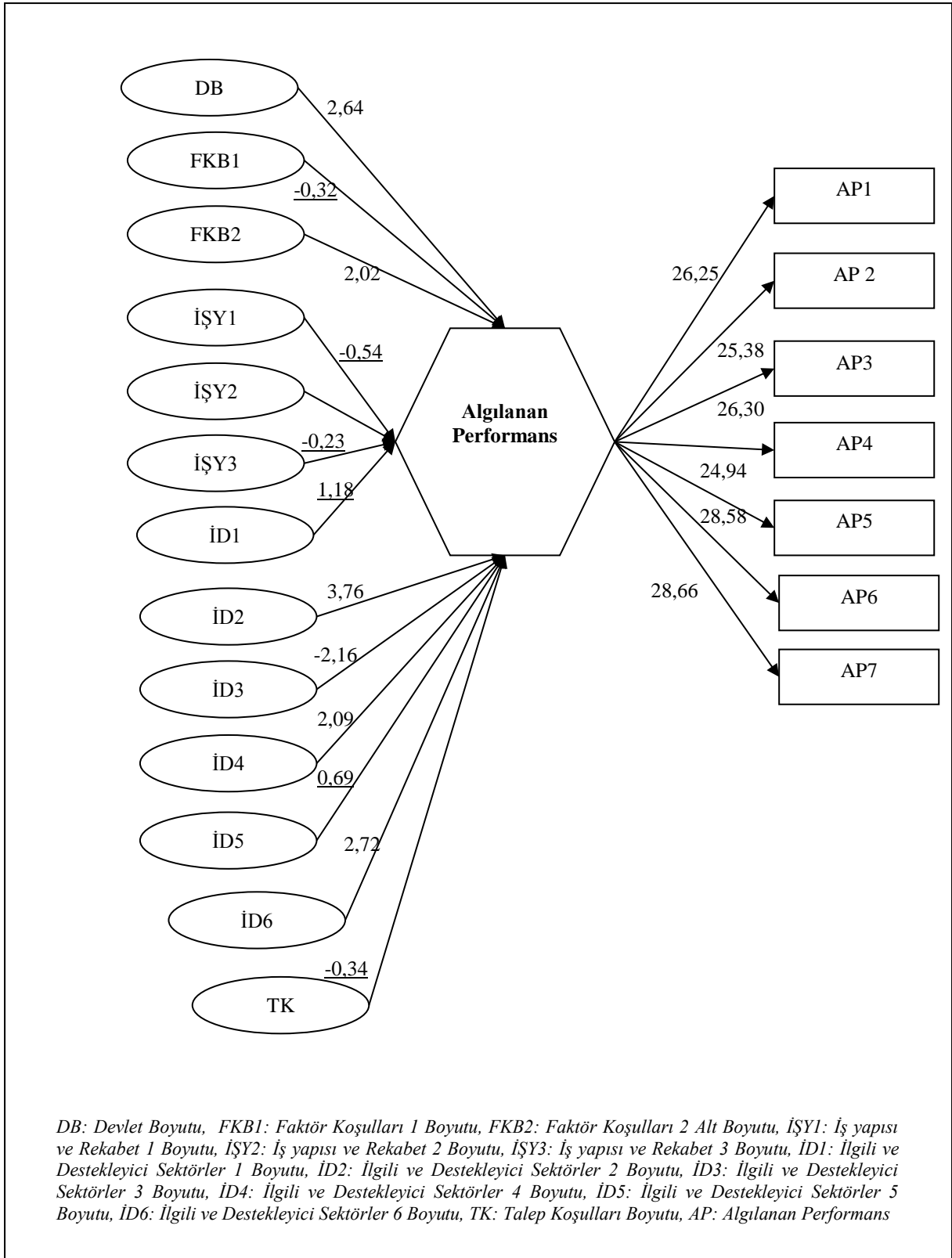
Genel olarak değerlendirildiğinde elde edilen indeksler kabul edilen ölçüler içindedir. Sonuç olarak DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği değerlerinin iyi bir modele işaret ettiği görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği değerleri Ek 2'de verilmiştir.

Gerçek hayat verilerinin araştırma modelini doğrulayıp doğrulamadığını test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modeli yol (path) analizi sonuçları şekilde verilmiştir. Standardize edilmiş katsayılar tablosu, ilişkinin gücü ve yönü hakkında bilgi verir (Ventura, 2001).



Şekil 13 Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Modeldeki gizil değişkenler arasındaki her bir ok bir hipoteze karşılık gelmekte ve altı çizili değerler sınır değer olan 2'den küçük t-testi değerleridir (bkz. Ek 2). Bu değerler hipotezin desteklenmediği anlamına gelmektedir (Ventura, 2011). İlişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan t değerleri şekilde verilmiştir.



Şekil 14 T Değerleri

Değişkenler için yapısal ilişkiler aşağıda Tablo3.8'de özetlenmiştir:

Tablo 25 Değişkenler İçin Yapısal Eşitlikler

Yapısal İlişkiler	Standartlaştırılmış Yükler	T Değerleri
DB→AP	0,09	2,64
FKB1→AP	-0,01	-0,32
FKB2→AP	0,08	2,02
İŞY1→AP	0,21	-0,54
İŞY2→AP	-0,02	-0,23
İŞY3→AP	-0,01	-0,23
İD1→AP	0,04	1,18
İD2→AP	0,14	3,76
İD3→AP	-0,12	-2,16
İD4→AP	0,09	2,09
İD5→AP	0,03	0,69
İD6→AP	0,13	2,72
TK→AP	-0,01	-0,34

Yapısal ilişkilere ilişkin bulgular aşağıda açıklanmıştır.

3.4.2 Bulgular

Araştırmada yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir. Buna göre faktör koşulları boyutu FKB1 ve FKB2 olarak iki alt boyuta, iş yapısı ve rekabet boyutu İŞB1, İŞB2, İŞB3 olarak üç alt boyuta, ilgili ve destekleyici sektörler boyutu İDB1, İDB2, İDB3, İDB4, İDB5, İDB6 olarak altı alt boyuta ayrılmıştır.

- Devlet boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- FKB1'boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).
- FKB2 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- İŞB1 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- İŞB2 boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).
- İŞB3 boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).
- İDB1 boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).

- İDB2 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- İDB3 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü bir ilişki vardır ($p > 0,05$).
- İDB4 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- İDB5 boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).
- İDB6 boyutu ile algılanan performans arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$).
- Talep koşulları boyutunun algılanan performansa etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$).

Araştırma bulgularına göre H_1 kısmen kabul edilmiştir. Çünkü faktör koşulları iki alt boyuta ayrılmış ve ikinci alt boyutun algılanan performansı etkilediği bulunmuştur. H_2 reddedilmiştir. H_3 'te yer alan iş ve rekabet yapısının bir alt boyutu algılanan performansı etkilemektedir. H_4 'te yer alan ilgili ve destekleyici sektörler boyutunun üç alt boyutu algılanan performansı etkilemektedir. H_5 kabul edilmiştir.

SONUÇ

İçinde bulunulan dönemde kümelenmeye dayalı politikaların küreselleşmenin de baskısıyla yerel ölçekte tasarlanarak işler hale gelmesi diğer benzer ülkeler gibi Türkiye'nin de temel öncelikli kalkınma politikaları olarak kendisini dayatmaktadır. Kümelerin çok fazla sayıda kurum, kuruluş ve işletme ile etkileşimde olmasından dolayı, bölgesel kalkınmanın paydaşlarının, davranış değişikliklerini stratejik kalkınma vizyonuna doğru yönlendirilmesi ancak küme kümelerin işlem etkinliğinin gelişmişlik düzeyine bağlıdır. Dolayısıyla kümelerin başarısı ve bu başarıyı diğerlerine yayabilmesi kümelerin etkin ve verimli bir şekilde yönetilebilmesi ile mümkün olabilecektir. Bu yüzden kümelerin işlem etkinliği düzeyinin artmasına etki eden insan kaynakları, bilgi ve bilgiyi teknolojiye dönüştürebilme yeteneğinin yanı sıra onu doğru ve etkin bir şekilde kullanabilme potansiyeli ve dahası kümelerin çekirdek değerler üretebilmesine doğrudan katkı sağladığı görülmektedir.

Özünde gerek ülkelerin gerekse de işletmelerin stratejik rekabet konumlanması, rekabet edebilme şartlarını kontrol altında tutabilme yeteneğine bağlıdır. Bu yetenek ise aynı işi rakiplerden daha iyi yapabilme yani işlem etkinliği seviyesi ve doğru vizyona yöneltilmiş uygun ve daha da önemlisi bağımsız stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması ile doğrudan ilintilidir. Bu sebeple kümelerin kendiliğinden geliştiklerini varsayacak olsak bile tesadüfen gelişmedikleri açıktır, yönetilebilir ve yönlendirilebilir olması ise yine kabul gören bir gerçekliktir. Gerek akademik gerekse de politika üreticisi ve karar vericileri çevresinde konunun bu kadar kabul görmesinin altta yatan sebebi bu özelliğine bağlanabilir.

Kümeler kalkınma stratejilerindeki değişimi sonlandıran bir değişim olmasa da onu ekonomik kalkınmanın süreçlerinin yönetilmesi ve ülkelerin büyük stratejisine hizmet eden küçük seviyeli fakat oluşturdukları kendilerine has kültür ve yönetim tarzları sayesinde büyük stratejinin ana dayanağı olarak görülebilir. Öte yandan yönetilebilirlik yada yönetilebilirlik konusu kümeyi oluşturan kurumların yönetimi ve kümenin kendisinin yönetimi yani yönetim ve organizasyon fonksiyonlarının tam bir bütünlük içinde belirlenen vizyonu gerçekleştirmek üzere strateji uygulayabilmeleri süreçlerinin bütünü olarak tanımlanabilir. Yönetimin etkinliğinin temel taşı ise koordinasyon mekanizmalarının sektörel ve bölgesel bazda kurulmasını içermektedir.

Fakat aile işletmelerinin bile işlem etkinliği konusu tam anlamıyla gerçekleşmemişken birçok işletmeden ve kurumlardan oluşan kümelerin yüksek bir işlem etkinliğini gerçekleştirmeleri ve sürdürebilmeleri nasıl gerçekleştirilecek sorusuna verilecek cevap ana paradigma haline gelmektedir. Çünkü, kümelerin geleceğe taşınması ve yeni kümeler doğurması, gerek bölgesel gerekse de ülke kalkınmasının temel taşıdır. Eşitlikçi bir kalkınma

yada kalkınmanın sonuçlarının toplumun her yoresindeki katmanlarına ulaşması ancak bu sayede gerçekleştirilebilecektir. Bunların yapılabilirliği ise kümelerin stratejik bilince dayalı stratejik yönetim uygulamalarında bağlıdır.

Bu bağlamda kümelerin kültürel yapısı bağdaştırıcı ve taşıyıcı bir faktör olarak karşımıza çıkarken aynı zamanda sinerji üretmektedir. Dolayısıyla kümelerin kültürü yönetiminin de ana unsuru olmaktadır. Bir yönüyle şirketleri ve diğer kurumları birbirine bağlarken diğer yönüyle üretilen sinerjiyi ve bilgiyi geliştirmekte olan diğer kümeler için hazır hale getirmektedir. Dolayısıyla yeni işletmeler ve bilgi ve inovasyon üretme potansiyeline sahip kişiler için hazır bir üst yapı oluşturmaktadır. Bu yüzden kümeler birçok literatürün aksine sürekli gelişme potansiyeline sahip entropiyi minimize eden bir yapı haline dönüşmektedir.

Bu sayede, bölgesel ve sektörel kalkınma bağlamında kümelenme yaklaşımı ülkelerin rekabetçiliğini arttırabilecek bir politika seçeneği olduğunu ispatlamaktadır. Öte yandan küreselleşme sayesinde küçülen dünyada her şeye ulaşabilmenin mümkün olduğu genellikle savunulan bir olgudur. Fakat kümelenme sayesinde üretilen ortak kültür ve yakınlıktan doğan sinerji rekabet avantajı sağlamaya devam etmektedir. Her ne kadar everensel değerler öncelense de her kültür kendine has milli değerlerini koruyarak yada küreselleşme sonucu empoze edilen değerleri ve paradigmaları süzerek özgünleştirerek kendi yönetim stillerini geliştirmektedir. Bu bağlamda kümelerin aynı zamanda kültürü koruyucu ve taşıyıcısı bir rol de üstelendikleri gözlenmektedir.

Benzer işletmelerin daha önceden bulunduğu yörelerde kurulan işletmeler önceden kurulan üst ve alt yapı ve yenilikçi düşünceleri destekleyen bilgi birikimini, yapısını ve kültürüne uygun, ihtiyaç duyduğu insan kaynağına kolayca ulaşabilme olanağına sahip olur. Yani işletmeler kendi gayreti olmaksızın rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Bunların yanında kümeler aynı zamanda uzmanlaşmış ve paydaşlar arasında özellikle de alıcılar ve tedarikçiler arasında zamanla örülmüş bir ilişki ağına katılmış olmaktadır.

Turizm kümesini belli bir coğrafi alanda bütünleşmiş bir sistem olarak düşünürsek konunun destinasyon yaklaşımlarıyla da bağıntılı olarak incelenmesi gerektiği söylenebilir. Destinasyon rekabetçiliği temelli küme yaklaşımları genellikle turizm kümelerinin doğal olarak oluştuğu görüşüne yere verseler de, kümelerin potansiyeline ulaşması için gelişmek zorundadırlar. Fakat bu gelişme sürdürülebilirlik kavramının sınırları içinde gerçekleşmesi durumunda anlam taşıyacaktır. Aksi takdirde destinasyonla birlikte turizm kümleri de kendi kendini yok edeceklerdir. Kümeler geliştikçe destinasyonu tamamlayıcı ek destinasyonlar da açığa çıkmaya başlar.

Böylece küme ve destinasyon ortaklığı birbirinin kalkınmasını tetikleyerek bölgenin kalkınmasına ciddi katkı sağlamaktadırlar. Bununla birlikte kümeler, devlet desteği, stratejik

planlar, alt ve üst yapı, yöenin gelişmiş insan kaynağı, lojistik altyapısı ve müşterek pazarlama gibi genel faktörlerden etkilenmektedir. Her ne kadar kümeler dinamik bir özellik gösterebilir de çevre şartları sürekli değiştiğinden. Dolayısıyla çevresel faktörleri kontrol etmek yada kendi lehine yönlendirmek küme içi işbirliğinin gücüne bağlıdır.

Kümeleri birbirini tamamlayan, değer zinciri içinde ki ilişki ağına benzerliği ile kooperatif gibi birliklerden ayrılmaktadır. Araştırma sonuçları da bu yapıyı destekler niteliktedir. Tedarikçilerin rekabet etmede yada rekabet konumu elde etmede gösterdiği ilişkinin önem derecesi bunu göstermektedir. Ayrıca ilişkiler yatay ve dikey olabilmektedir. Bu bağlam da bölgenin sürükleyici önder firmaları ve onlara ham madde tedarik edenler ve servis sağlayanlar bulunmaktadır.

İlişkileri ve potansiyelleri bakımından kümeler kolektivizmin, ortak çözüm ve ortak yönetim anlayışının başka bir boyutunu oluşturmaktadırlar. Öte yandan ortak üretilmiş çekirdek değerlere yaslanan ortak vizyon ve stratejik yönetim uygulamalarını da destekleyen bir yapı göstermektedir. Dolayısıyla destinasyon yapısı gereği ortak bir amaca yönlenebilir, yada kendiliğinden bir gelişme trendi izleyebilirse de bu trend kendisinin geleceğini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu yüzden destinasyon içindeki kümeler stratejik yönetime uygun yapıları gereği stratejik bir vizyon etrafında belirleyeceği amaç ve stratejiler sayesinde destinasyonun tesadüfî gelişmesini engelleme potansiyeline sahiptir. Küme yönetimi stratejik bir bilinç çerçevesinde yönetilirse bir taraftan destinasyonun sürdürülebilirliğini sağlarken diğer taraftan da stratejik bir pozisyon elde etmesini sağlayacaktır.

Bilgi akışının karar alıcılara etkin şekilde ulaştırılmasının ve ekonomik oyuncuların sağlanan malumatın farkında olmalarının sağlanmasının kümelenme politikasının etkinliğini artıracığı söylenebilir. Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüzde, verilerin toplanması, analizlerin yapılması ve sonuçların etkin bir şekilde ilgili taraflara aktırılması da büyük önem taşımaktadır. Veri toplama ve analizlerin sağlıklı, güvenilir, geçerli ve tahminleme için uygun olması sonuçların etkinliğini doğrudan etkilemektedir. Veri toplama araçlarında zaman zaman ortaya çıkan aksaklıklar ve eksiklikler giderildikçe karar alıcılar için sonuç yorumlama ve tahminleme hedefe daha yakın şekilde gerçekleştirilebilecektir.

Araştırmanın amaçlarından biri Antalya Turizm Kümesi'nin hangi küme tipolojisine ait olduğunu tespit etmektir. Literatür incelemesi ve araştırma bulguları sonucu Antalya Turizm Kümesi hem yatay hem dikey ilişkileri yoğun olan, hem özel hem kamuyu kapsayan bağlantılardan oluşan dolayısıyla hem kompleks hem kapsayıcı bir kümedir. Aktörlere göre sınıflandırmaya bakıldığında (bkz. Şekil 2.1) hem yerel hem devlet hem uluslararası aktörlerin olduğu Antalya Turizm Kümesi'nin karma yapısı olduğu söylenebilir. Ölçeğe göre ise makro

seviyede bir kümedir denebilir çünkü ulusal düzeyde ekonomide önemli bir yeri vardır. Gelişme yönüne göre işleyen bir kümedir, kritik kitleye ulaşmış işletmeler vardır, bilgi ve uzmanlık, personel anlamında kendi kaynakları vardır. Antalya Turizm Kümesi makro seviyede ve küresel ölçekte gelişmişlik derecesi izlenimi veriyorsa da henüz girmedığı pazarlar (Amerika, Japonya, Avustralya, Kanada gibi) ve gelişmesini sürdüren alt kümeleri vardır (sağlık turizmi, golf turizmi gibi).

Araştırmanın diğer amaçlarından olan kümeyi oluşturan işletmelerin elmas modeline dahil olan unsurlara (talep koşulları, faktör koşulları, devlet, üniversite, iş yapısı ve rekabet, kaynaklar) ait bilgi ve ilişki ağına ne derece sahip olduklarını belirlemek; Antalya Turizm Kümesi'nin performansına etki eden ağ ilişkilerinin güçlü ve zayıf yönlerini tespit ederek, kümelenme literatüründe yer alan küme olmanın getirdiği fayda ve avantajlara ne derece sahip olduğunu çıkarmak için oluşturulan ölçek yeterli olmamıştır. Ölçeğin bu anlamda modifikasyonu ve sınanması gerekmektedir. Zaman ve bütçe kısıtları sebebiyle tahmin edilenden daha kapsamlı bir çalışma gerektiren bu amaca ulaşmak için ilerleyen zamanlarda çalışma yapılacaktır.

Araştırmada Turizm kümesindeki işletmelerin güçlü bağlantılarının ve ilişkilerinin hangi boyutlar (ilgili ve destekleyici sektörlerin varlığı, turizm kaynakları ve çekiciliği, faktör imkanları, iş yapma yapısı ve rekabet, devlet, üniversite ve algılanan performans) üzerinde yoğunlaştığını tespit etmek ve turizm kümesi ilişkilerine yönelik bir model çıkarabilmek amacıyla hizmet etmesi için Porter'ın Elmas Modeli'ne performans boyutu eklenerek analizler gerçekleştirilmiştir. Bu model sıfırdan bir model kurmamakla birlikte Porter'ın modeline katkı niteliğinde olduğu söylenebilir çünkü sezgisel modelin sayısal ifadesine imkan tanımaktadır.

Elmas modelindeki unsurların kümenin algılanan genel performansını nasıl etkilediğini bulabilmek için geliştirilen aday ölçek aracılığıyla toplanan verilerin analizinden elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

- Araştırma bulgularına bakılarak iş yapma yapısı ve rekabet boyutunun 1. alt boyutu olan İŞY1'in tüm alt boyutlar içinde algılanan performansa etkisi en fazla olan unsur olduğunu söylemek mümkündür. İŞY1'in içerisinde yer alan tedarikçileri, paydaşları kapsayan maddelerin algılanan küme performansına katkısının görece olarak fazla olduğu kanaati yaygındır. İŞY1 rekabet üstünlüğü, rekabet stratejisi ve rekabet avantajı kavramlarını içeren bir boyut olduğu için rekabetçilik bağlamında algılanan performansa etkisinin diğer boyutlara göre yüksek çıkması beklenenden uzak değildir.
- Bulgularda verildiği üzere ilgili ve destekleyici sektörlerin alt boyutu olan İD2, algılanan performansa en çok katkısı olan ikinci boyuttur. İD2, üniversitenin etkisini ölçen bir alt boyuttur ve üniversitenin işbirliğini, desteğini ve işgücü sağlama

potansiyelini ölçmektedir. Bu bağlamda modele göre üniversitenin kümeye katkısı arttıkça kümenin performansının artacağı söylenebilir.

- Araştırmanın diğer bir sonucu ilgili ve destekleyici sektörlerin alt boyutu olan İD6'nın neredeyse İD2 kadar algılanan performansa katkısının olduğudur. İD6, tur operatörlerinin ve yiyecek içecek işletmelerinin mevcut durumunu araştırmaktadır. Dolayısıyla tur operatörleri ve yiyecek içecek işletmelerinin algılanan performansa katkıları önemli görülmektedir.
- İD4 ilgili ve destekleyici sektörler boyutunun diğer bir alt boyutudur ve algılanan performansa bulgulara göre olumlu katkısı vardır. Bu boyut turistler açısından önemli bulunan bankacılık, haberleşme hizmetleri ile çocuklar için gerekli tesis ve hizmetlerin durumunu sorgulamaktadır. Turistler açısından gerek bankacılık gerekse haberleşme hizmetleri çok elzemdir. Aynı zamanda birlikte seyahat ettikleri çocukların güvenliği ve onlar için de faaliyetler ve tesisler olmasını arzu etmektedirler. Dolayısıyla bu maddeler algılanan küme performansını etkilemektedir.
- Devlet boyutu algılanan performansı pozitif yönde etkileyen diğer bir unsurdur. Devletin sağladığı teşvikleri, kanun, mevzuat ve politikaların destekleyiciliğini, vergilerin uygunluğunu ve devletin diğer desteklerini sorgulayan bir boyuttur. Dolayısıyla devletin teşvik ve destekleri arttıkça algılanan küme performansının artacağı öngörülebilir.
- Bulgulardan da anlaşılacağı üzere faktör koşulları boyutunun alt boyutu olan FKB2 boyutunun algılanan küme performansına anlamlı pozitif bir etkisi vardır. FKB2 doğal, tarihi, kültürel kaynakların değerlendirilmesine ilişkin maddeler içermektedir. Bu bağlamda bu kaynaklar iyi değerlendiriliyor olması algılanan küme performansına olumlu katkı yapacaktır denebilir.
- Bulgularda ilgili ve destekleyici sektörlerin alt boyutu olan İD3'ün algılanan performansa negatif yönlü bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına genel anlamda bakıldığında algılanan küme performansını arttırmaya yönelik çalışmaların öncelikle iş yapma yapısı ve rekabet daha sonra ilgili ve destekleyici sektörlerin bazı boyutlarına ilişkin yapılması gerektiği söylenebilir. Tedarikçiler rekabetçilik için önemli bir unsur olduğu gibi algılanan performansa da katkı yapmaktadırlar. Tedarikçilerle ilişkilerin düzenlenmesi öncelikli alanlardan gibi görülmektedir. Üniversitenin de algılanan performansı olumlu etkileyen unsurlardan çıkması şaşırtıcı değildir. İşgücü anlamında bir nevi tedarikçi konumunda olan üniversite algılanan küme performansı için önemli görülmektedir. Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan her daim işgücü ve eğitim tedariğine ihtiyaç duymaktadır.

Turizm sektörünün gelişimi devlet politikaları ile yakından ilgilidir. Nitekim devletin tanıdığı olanaklar, teşvikler, destekler turizm yatırımlarının artmasına, hizmet kalitesinin artmasına, uluslararası rekabetçilik yeteneğinin artmasına neden olacaktır. Tüm bunlar algılanan küme performansını artırıcı unsurlardır.

Porter Elmas Modeli'ni anlatırken modeldeki unsurların rekabetçiliğe etki ettiklerini açıklamıştır. Çalışma buradan hareketle Porter'ın çalışmasına ek olarak hangi unsur ne kadar etkili veya hangi unsur daha etkili sorularına yanıt arayarak sezgisel bir model olan Elmas Modeli'ni kantitatif bir ölçme aracıyla birleştirerek bu eksik giderilebilir mi sorusunu ele almıştır. Sonuçta geliştirilmeye çalışılan aday ölçeğin bu açığı kapatabilecek yeteneği sahip olduğu ancak henüz yeterli sınımanın yapılmadığı ortaya çıkmıştır. Aday ölçek farklı bölgelerde farklı zamanlarda da test edilmelidir. İlerleyen çalışmalarda başka kümeler veya sektörler için de uygulanarak sonuçlar karşılaştırılmalı ölçeğin varsa kusurları giderilmelidir.

Bu çalışmada politika yapıcıların, karar alıcıların, uygulamacıların ve akademisyenlerin kullanabileceği ve algılanan küme performansını ölçmeye yarayan bir araç geliştirmek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçları, elde edilen ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilirliğini göstermektedir. Yine de aday ölçeğin yapılacak algılanan küme performansı çalışmalarında kullanılabilmesi için farklı kümelere de uygulanarak karşılaştırmalı analizler yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akova, O. ve Baynazoğlu, M. E., "Congress Tourism in Turkey: SWOT Analysis and Related Strategies", 2012. 359-365, <http://eecon.info/papers/513.pdf>.
- Alagöz M., Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Faktörü: Teorik Bir Bakış, 2007, http://www.sd-certificate.info/dyn_files/sd/104.doc, erişim: 09.09.2011.
- Altanlar, A. ve Akıncı-Kesim, G., "Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9/1 (2007). 59 - 69.
- Açıkalın, O. Saltık, A. (2007). Kalkınmada Yeni Kavram ve Stratejiler. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 2007/1, 5-27.
- Andersson, T.; Bjerre, M.; Wise Hansson, E., The Cluster Benchmarking Project: Pilot Project Report – Benchmarking clusters in the knowledge based economy, Oslo, 2006. www.nordicinnovation.net/_img/cluster_benchmarking_project_final_report.pdf, Erişim: 10.10.2012.
- Andersson, T.; Schwaag Serger; S., Sörvik; J.; Wise Hansson, E., The Cluster Policies Whitebook, Malmö, 2004.
- Aransson L., "Sustainable Tourism Systems: The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden", Journal of Sustainable Tourism, Vol. 2, no. 1-2, (1994), 77-92.
- Asheim, B., Cooke, P., ve Martin R., (2006). Clusters and regional development : critical reflections and explorations, London ; New York : Routledge.
- Arslan, K., "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:4, Sayı:7, Bahar, (2005/1), İstanbul.
- Ayaş, N., "Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9/1 (2007). 59 - 69.
- Bahar, O. ve Kozak, M., Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005.
- Bernini, C. " Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy", Tourism Management, (2009), vol. 30, no. 6, pp. 878-889.
- Bozdoğan, R., "Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arkapları", Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Siyaset Konferansları, Kitap 50, <http://iibf.kocaeli.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/39.pdf>, erişim: 09.09.2011.

- Braden, P. V. And Louse W., "Bringing Travel, Tourism and Culturel Resource Activities in Harmony With Regional Economic Development" Tourism Marketing and Management Issues,(1980).
- Bulu M., Eraslan, I.H., 2004, Macro Framework and Market Growth in the Turkish Automobile Industry- A Demand Analysis, European Academy of Management (EURAM), 4th Annual Conference, May, St. Andrews, UK.
- Bulu, M. ve Eraslan, I. H., "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi", Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, (2008). Yıl:5, Sayı:1.
- Bülbül, S. ve Köse, A., "Türkiye’de Bölgelerarası İç Göç Hareketlerinin Çok Boyutlu Ölçekleme Yöntemi İle İncelenmesi", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt/Vol:39, Sayı/No:1, 2010, 75-94.
- Camagni, R., (1991), Innovation networks: Spatial perspectives, Belhaven Press, London.
- Clar G., Sautter B., Hafner-Zimmermann S., (2008). Strategic Cluster Development: Applying Strategic Policy Intelligence to create a Joint Research Agenda, Regional Strategies & Innovation (RSI) Group at Steinbeis-Europa-Zentrum
- Clark, J. (1996) Kalkınmanın Demokratikleşmesi, (Çev:Serpil URAL) TÇV, Yayınları, Ankara.
- Çahantimur, A., Sürdürülebilir Kentsel Gelişmeye Sosyo-Kültürel Bir Yaklaşım : Bursa Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007.
- Çeken, H., "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X ,S II, 2008)
- Çetin M., Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği, D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:21 Sayı:1, (2006), 1-25
- Çetiner, E., "Turizmde Bölgesel Kalkınma, Verimlilik ve Kaynakların Etkin Kullanımı" 1. Turizm Şurası, Turizm Bakanlığı, (1998), Ankara.
- Çımat, A. ve Bahar, O., Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3 (6), (2003), 1-18.
- Demir, M. Ö., 2009. Tüketici İmajı ve Marka İmajı Uyumunun Marka Sadakati Üzerine Etkisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dulupçu, M. A, (2001), "Sürdürülebilir kalkınma Politikasına Yönelik Gelişmeler", <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/politika.doc>, erişim: 09.09.2011.

- Emekli, G., İbrahimov, A., Soykan, F., Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, Ege Coğrafya Dergisi, 15 (2006),1-16, İzmir.
- Erkuş-Öztürk, H. "The Role of Cluster Types and Firm Size in designing the Level of Network Relations: The Experience from Antalya Tourism Region", Tourism Management, 200930, 589-597.
- Eraydin, A. and Armatlı Köroğlu, B. "Innovation, networking and the new industrial districts: The characteristics of networks and local innovation capabilities in the Turkish industrial clusters", Entrepreneurship and Regional Development, 2005 July, 17(4), pp.237-266.
- Ferri, M. ve White , T. J., "Regionalism, Cooperation and Economic Prosperity: Effective Autonomy in Emilia-Romagna", Mediterranean Quarterly, (1999), 89-106.
- Gönel, F. (2002). "Globalleşen Dünyada (nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma", Birikim, 158: 72-80, <http://www.yildiz.edu.tr/~gonel/akademikdosyaları/yayınlar/globallesendunya.pdf>, erişim: 12.08.2010.
- Gündüz, A. Y. (2006), Bölgesel Kalkınma Politikası, Ankara: Ekin Yayınevi.
- Gündüz, F., "Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği", Şişli Belediyesi, (2004), http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13_ek.pdf, erişim: 22.12.2012.
- Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. Annals of Tourism Research: A. Social Sciences Journal, 21 (3), 555-81.
- Halis, M., Karagöz, Y. ve Savgın, C., "Bitlis İli Turistik Arz Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Sayı:6 C:3, 2008.
- Hopwood, B., Mellor, M. ve O'Brien, G., Sustainable development: mapping different approaches, Sustainable Development, vol. 13, issue 1, (2005), 38-52
- Ildıran, M. (2004), Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Ankara: Nobel Yayınları.
- Işık N., Kılınç E.C., "Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 6(2), (2011), 9-54.
- Işık N., Baysal D. ve Ceylan O., "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bir Politika Aracı Olarak Kalkınma Ajansları", Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(2), (2010), 1-18.
- Işık N., Göktaş D. ve Kılınç E.C., "İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6 (1), (2011), 147-178.
- İçöz O., Kozak M., (1998) Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Jackson, J., ve Murphy, P. "Clusters in regional Tourism: An Australian Case", Annals of Tourism Research, (2006), 33 (4), 1018-1035.

- Jöreskog, K.G. ve Sörbom, D., 1996, LISREL 8: User's Reference Guide, Scientific Software International, Chicago, 378 p.
- Kahraman N., "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Aralık (1994).
- Kar M., Zorkirişçi E. ve Yıldırım M., Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), (2004), 87-112.
- Karatepe İ. ve Doğan Y., "Sürdürülebilir Kalkınma Küresel İklim Değişikliğine Çare Olabilir mi?", XI. İktisat Öğrencileri Kongresi, Küresel Isınma: Ekonomik, Politik ve Sosyal Etkiler, 8 – 9 Mayıs (2008), www.kongreikt.ege.edu.tr/cd/pdf/17.pdf, erişim: 09.09.2011.
- Kaypak, Ş., "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 13 (20): 19-33, 2011.
- Keleş, R. ve C. Hamamcı, (1993) Çevrebilim. İmge Kitabevi, Ankara.
- Keskin, H. ve Dulupçu, M. (2010) "Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi*, Y.2010, C.15, S.1, s.441-461
- Konecnik, M., (2002) "The image as a possible source of competitive advantage of the destination — The case of Slovenia", *Tourism Review*, Vol. 57 Iss: 1/2, pp.6 - 12.
- Kumar, K. and van Diesel, H.G. (1996). Sustainable Collaboration: Managing Conflict and Cooperation in Inter-organizational Systems. *MIS Quarterly* 20 (3), 279-300.
- Liu Z., "Sustainable Tourism Development: A Critique", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.11, No.6, (2003), 459-473.
- Mallick, O. B., "Rostow's Five Stage Model of Development and Is It Relevance in Globalization" School of Social Science Faculty of Education and Arts the University of Newcastle, (2005).
- Marshall, A., Principles of Economics, Mcmillan, London, 1890.
- Martin M. ve Munt I, (1998), *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*, Routledge, London-New York.
- Masca, M., "Sürdürülebilir Kalkınma: Kalkınma ve Doğa Arasında Denge Arayışları", Uluslararası Davraz Kongresi, Küresel Diyalog Bildiriler Kitabı (e-nüsha), Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, 195-206, Isparta, 2009 (<http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/kalkinma/kalkinma12.pdf>, erişim: 11.07.2011).
- McCann, T. B., Folta, B. T., "Location Matters: Where We Have Been and Where We Might Go in Agglomeration Research", *Journal of Management*, Vol: 34, No: 3, 532-565, (2008).
- McNemar, Quinn. (1969). *Psychological Statistics*. London: Wiley.

- Molitor, R., "The Role of Business and Industry in Promoting and Realizing Regional Sustainable Development", Institute for Ecological Economy Research (IOEW), Germany, (2004), 1–18.
- Mowforth, M. ve Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. London: Routledge..
- Olalı H., Timur A., (1998) *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti. İzmir.
- Opuş S., "Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum'daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15, 3-4, (2001), 37-58.
- Özen A., (2006), *Turizm Sektör Raporu*,
[http://www.gedik.com/Analiz/ER_TURIZM_160804 .pdf](http://www.gedik.com/Analiz/ER_TURIZM_160804.pdf), 12.12.2011.
- Özer A. Ö., (1995), "Güncel Bir Tartışma: Sürdürülebilir Kalkınma", *Planlama*, 3-4.
- Patel S.J., (1961), *Economic Development and Cultural Change*, Cilt IX, No. 3, 316, Chicago.
- Porter, M. E., "Clusters and The New Economics of Competition", *Harvard Business Review*, Kasım-Aralık 1998, ss. 77-90.
- Porter, M. E., "Competitive Advantage of Nations", *Harvard Business Review*, March-April 1990, ss. 73-79.
- Porter, M. E., "The Economic Performance of Regions", *Regional Studies*, Vol: 37, No: 6&7, August – October 2003, ss. 549-578.
- Powell, S. ve Wood D., "Is recruitment the millennium time bomb for the industry worldwide?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 11 Iss: 4, (1999), 138 - 141
- Ratz, T., "The Socio-cultural Impacts of Tourism Case of Lake Balaton", *Research Support Scheme, Virtus*, (2000), s.6-7, <http://e-lib.ree.cz>, Erişim: 10.12.2011.
- Robert W.Mc Intosh, C.R.Goeldner (1990) *Tourism Principles,Practices*.
- Roome, N., *Conceptualizing and studying the contribution of networks in environmental management and sustainable development*, *Business Strategy and the Environment*, Volume 10, Issue 2, pages 69–76, March/April 2001.
- Rutten, P. ve Boekema F., "Regional Social Capital:Embeddedness, Innovation Networks and Regional Economic Development" *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 74, (2007), 1834-1846.
- Saatçi, M., Dumrul, Y., "Çevre Kirliliği ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Çevresel Kuznets Eğrisinin Türk Ekonomisi İçin Yapısal Kırımlı Eş-Bütünleşme Yöntemiyle Tahmini", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 66 Sayı: 37, Ocak-Haziran 2011 ss.65-86.

- Sarkım, M., "Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri", 2.Ulusal İktisat Kongresi /20-22 Şubat 2008 /DEÜ
- Sarkım, M.,(2007), Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Sarvan F., Başer, G., Köksal C. D., Durmuş, E., Dirlik, O., Atalay M., Almaz, F., "Network based determinants of innovation performance in yacht building clusters: Findings of the SOBAG", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58 (2012) 830 – 841
- Schianetz, K., Kavanagh, L., Lockington, D. "Concepts and Tools for Comprehensive Sustainability for Tourism Destinations: A Comparative Review". *Journal of Sustainable Tourism*, 2007. Vol 15, No 3, 148-223.
- Sencer, M. (1989). *Toplumbilimlerinde yöntem*. İstanbul: Beta Basım.
- Sölvell, Ö. Lindqvist, G., Ketels, Ch. (2003): *The Cluster Initiative Greenbook*, Stockholm.
- Şahin Ü. (2004), "Truva Atı Olarak Sürdürülebilir Kalkınma"
<http://umitsahin.blogspot.com/2006/05/truva-at-olarak-srdrelebilir-kalknma.html>,
erişim: 09.09.2011.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd ed.). New York: HarperCollins.
- Tavmergen P., "Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği", *Hazine Dergisi*, 12, (1998), 53-66
- Tekeli İ. (1996), *Habitat II Konferansı Yazıları*, T.C. Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- Tezbaşaran A. (2008), *Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu*,
http://www.academia.edu/1288035/Likert_tipi_olcek_gelistirme_kilavuzu, erişim:29.12.2012.
- Toksöz, G. Antalya İli İşgücü Piyasası Analizi, Uluslararası Çalışma Örgütü Türkiye Ofisi, 2011.
- Toprak D., "Sürdürülebilir Kalkınma Çerçevesinde Çevre Politikaları ve Mali Araçlar", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Yıl/Volume:2 Sayı/Issue 4, Güz, (2006).
- Tosun, C. (2001). "Challenges Of Sustainable Tourism Development In The Developing World: The Case Of Turkey", *Tourism Management*, (2001), 289-303, Elsevier Science Ltd.
- Tunalı, İ., (2002). "Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İstihdam Araştırması", *Türkiye İş Kurumu İstihdam Durum Raporu*.
- Turgut, N., "Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Katılımın Rolü", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cemal Mihçioğlu’na Armağan, Cilt 52, Sayı 1-4, (2001), 701-716.

Unur K., "Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (3), (2000), 1-17.

Usta, Ö., (2008). Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.

van den Berg, L., Braun, E. ve Winden, W., Urban Studies 2001 38: 185, 2001.

VanVoorhis C. W. ve Morgan, B.L., " Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". Tutorials in Quantitative Methods for Psychology 2007, vol. 3 (2), p. 43-50.

Vatne ve Taylor, "The networked firm in a global world. Small firms in new environments". Burlington: Ashgate.novation (RSI) Group at Steinbeis-Europa-Zentrum, 2008.

Young-Ybarra, C. ve Wiersema, M. 1999. Strategic flexibility in information technology alliances: The influence of transaction cost economics and social exchange theory, Organization Science, 10, 439-460.

İnternet Kaynakları

Çağlar, E., Türkiye'de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, <http://www.izmirkumelenme.org/phocadownloadpap/turkyede%20yerellesme%20ve%20rekabet%20gucu%20kumelenmeye%20dayali%20poltkalar%20ve%20organze%20sanay%20bolgeler.pdf>, erişim:30.01.2012.

UNWTO, Sustainable development of Tourism Conceptual Definition, 2004, <http://www.world-tourism.org/sustainable/top/concept.html>, erişim, 21.07.2011.

UNWTO, Tourism and Millenium Development Goals, www.unwto.org/tourism&mdsezine, erişim: 10.08.2011.

WTTC. (2002) World Travel and Tourism Council Special Reports.

WTO (2004), World Tourism Barometer, Vol. 2, No: 1.

Yıkılmaz, R.F., Sürdürülebilir Kalkınmanın Ölçülmesi ve Türkiye İçin Yöntem Geliştirilmesi, DPT Uzmanlık Tezi, 2011.

www.clusterturkey.com, 02.02.2010

www.igd.com.tr/Upload/file_4dabdf7bb9a3f.pdf, erişim: 08.11.2011.

<http://www2.dpt.gov.tr/bgyu/ipg/akdeniz/antalyaPER.pdf>, erişim: 23.12.2012.

<http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/kalkinma/kalkinma12.pdf>, erişim: 12.10.2011

<http://www.antalya.gov.tr/icerik/12/172/tuik-verileriyle-antalya.html>, Erişim: 10.12.2011.

<http://www.antalyakultur.gov.tr/belge/1-97522/2011-yilinda-ilimize-gelen-ziyaretci-sayisi--12-oranind-.html>, Erişim: 10.12.2011.

<http://www.cevre.metu.edu.tr/node/99>, erişim: 09.09.2011.

- <http://www.ipyme.org/esES/SubvencionesAyudas/AEI/OtrasPoliticlas/Documents/MemorandumEuropeoClusters.pdf>, erişim: 11.08.2012
- <http://www.smenetworking.gov.tr/detay.cfm?MID=8>, erişim: 03.11.2012
- Ventura, K. (2011). AMOS (Analysis of Moment Structures) ve Yapısal Eşitlik Modeli, [http://web.deu.edu.tr/upk15/docs/seminerSunumlari/AMOS%20\(ANALYSIS%20OF%20MOMENT%20STRUCTURES\)%20VE%20YAPISAL%20ESITLIK%20MODELI-YRD.%20DOC.%20DR.%20KETI%20VENTURA.pdf](http://web.deu.edu.tr/upk15/docs/seminerSunumlari/AMOS%20(ANALYSIS%20OF%20MOMENT%20STRUCTURES)%20VE%20YAPISAL%20ESITLIK%20MODELI-YRD.%20DOC.%20DR.%20KETI%20VENTURA.pdf), erişim:04.01.2013
- www.invest.gov.tr, erişim:10.01.2012.
- www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf, 23.12.2011.
- <http://ekutup.dpt.gov.tr/ab/antlasma/akct.pdf>, erişim: 09.02.2011.
- www.antalyakultur.gov.tr, 2011, erişim:22.03.2011.
- www.kalkinma.gov.tr/.../İŞKUR_Türkiye_İstihdam_Durum_Raporu.p..., erişim:22.03.2011.
- www.tuik.gov.tr, 2010, erişim:22.03.2011.
- w2.aib.gov.tr/html/sunum/sunum4.ppt, 2010, erişim:15.02.2012.
- www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/Download/10376/tez-falsac.pdf, erişim: 3.1.2013.
- www.itkib.org.tr, erişim:22.03.2012.
- www.gap.gov.tr, erişim:23.01.2012.

EKLER

EK 1-Anket Formu

1. BÖLÜM ELMAS MODELİ FAKTÖRLERİ							
A. İlgili ve Destekleyici Sektörler	Hiç Katılmıyorum 1	2	3	4	5	6	Kesinlikle Katılıyorum 7
1. Birinci sınıf konaklama tesisleri (Hotel, otel ve moteller) yeterli sayıdadır.							
2. Birinci sınıf konaklama tesislerinin (Hotel, otel ve moteller) kalitesi tatmin edicidir.							
3. Marka yapmış oteller yeterli sayıdadır.							
4. Bölgedeki belediyelerin çalışması tatmin edicidir.							
5. Yerel yiyecek ve içeceklerin kalitesinden memnuniyet duyulmaktadır.							
6. Konaklama tesisleri tatmin edici standartlara sahiptir.							
7. Eğlence tesisleri yeterlidir.							
8. Eğlence tesislerinin kalitesi tatmin edicidir.							
9. Spor faaliyetlerinin ve spor tesislerinin sayısı yeterlidir.							
10. Spor faaliyeti ve spor tesislerinin kalitesi tatmin edicidir.							
11. Alışveriş merkezlerinin sayısı yeterlidir.							
12. Alışveriş merkezlerinin kalitesi tatmin edicidir.							
13. Sağlık hizmeti tesisleri tatmin edici standartlara sahiptir.							
14. Sağlık hizmeti tesislerinin sayısı yeterlidir.							
15. Çocuklar için faaliyet ve tesislerin sayısı yeterlidir.							
16. Çocuklar için faaliyet ve tesislerin kalitesi tatmin edicidir.							
17. Haberleşme altyapısının kalitesi tatmin edicidir.							
18. Bankacılık hizmetlerinin kalitesi tatmin edicidir.							
19. Havaalanının kalitesi tatmin edicidir.							
20. Havaalanının kapasitesi yeterlidir.							
21. Turizm ürünlerinin çeşitliliği ve kalitesi tatmin edicidir.							
22. Yerel ulaşım kolaylıkla sağlanmaktadır.							
23. Turist hizmetlerinin kalitesi tatmin edicidir.							

24. Tur operatörlerinin kalitesi tatmin edicidir.							
25. Tur operatörlerinin sayısı yeterlidir.							
26. Restoranların sayısı yeterlidir.							
27. Restoranların kalitesi tatmin edicidir.							
28. Plajlarda sunulan hizmetin kalitesi (duşlar, ilk yardım vb.) yeterlidir.							
29. Bölgedeki üniversite ile sektör işbirliği yeterlidir.							
30. Bölgedeki üniversite eğitilmiş işgücü sağlama konusunda yeterli desteği sağlamaktadır.							
31. Bölgedeki üniversite sektöre yönelik eğitim konusunda yeterlidir.							
32. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) ile sektör işbirliği yeterlidir.							
33. Bölgedeki fuarların, kongrelerin, festivallerin ve organizasyonların sayısı yeterlidir.							
34. Bölgedeki fuarların, kongrelerin, festivallerin ve organizasyonların kalitesi tatmin edicidir.							
35. Bölgedeki turizm derneklerinin sayısı yeterlidir.							
36. Bölgedeki turizm derneklerinin faaliyetleri niteliklidir.							
B. Faktör Koşulları	1	2	3	4	5	6	7
37. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri kültürel kaynaklar iyi değerlendirilmektedir.							
38. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri doğal kaynakları iyi değerlendirilmektedir.							
39. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri tarihi kaynaklar iyi değerlendirilmektedir.							
40. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri doğal yaşamı koruma alanları iyi değerlendirilmektedir.							
41. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri dağlar iyi değerlendirilmektedir.							
42. Turistlerin ziyaret etmek isteyecekleri plajlar iyi değerlendirilmektedir.							
43. Turistlerin geleneksel yaşam tarzını ve yerel kültürel olayları gözlemleme imkanları yeterlidir ve iyi değerlendirilmektedir.							
44. Yerel halk misafirperverdir.							
45. Bölgedeki işgücü sayısı yeterlidir.							
46. Bölgedeki işgücünün niteliği tatmin edicidir.							
47. Sektörün bulunduğu bölge güvenlidir.							
48. Bölgedeki girişimci sayısı yeterlidir.							
49. Bölge ihtiyacı olan sermayeye sahiptir.							

50. Bölgede sektör için yeterli teknoloji ve altyapı mevcuttur.							
C. Talep Koşulları	1	2	3	4	5	6	7
51. Sunulan ürün ve hizmetler için istenen fiyatlar uygundur.							
52. Turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etme isteği vardır.							
53. Kalite kontrol uygulanmaktadır.							
54. Turistler sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesinden memnun kalırlar.							
55. Turistler fiyatlardan memnundurlar.							
56. Turistler bölgeyi diğerlerine tavsiye ederler.							
57. Bölgeyi talep eden turist sayısı yeterlidir.							
D. İş Yapma Yapısı ve Rekabet	1	2	3	4	5	6	7
58. Yeni turizm tesisi yapmak kolaydır.							
59. Mevcut bir turizm tesisini satın almak kolaydır.							
60. Mevcut turizm tesisini satmak zordur.							
61. Rekabet yoğundur.							
62. Ürün ve hizmet sunmak için gerekli olan tedarikçi sayısı yeterlidir.							
63. Tedarikçilerin sunduğu ürün ve hizmetlerin niteliği tatmin edicidir.							
64. Sektörde kurumsallaşmış işletme sayısı yeterlidir.							
65. Sektör küresel ölçekte rekabet üstünlüğüne sahiptir.							
66. Sektörde rekabet avantajı yaratan bir yönetim yapısı mevcuttur.							
67. Bölgenin turizmde rekabet stratejisi mevcuttur.							
68. Bölgenin turizmde rekabet stratejisi iyi uygulanmaktadır.							
69. Bölgedeki turizm sürdürülebilirdir.							
70. Bölgede sürdürülebilir turizm politikaları uygulanmaktadır.							
71. Turizm sektörü ile ilgili herkesin iyi ilişki ve iletişim içinde olması sürdürülebilir turizm için gereklidir.							
E. Devlet	1	2	3	4	5	6	7
72. Devletin sağladığı şehircilik alt yapısı yeterlidir.							
73. Devletin sağladığı haberleşme altyapısı yeterlidir.							

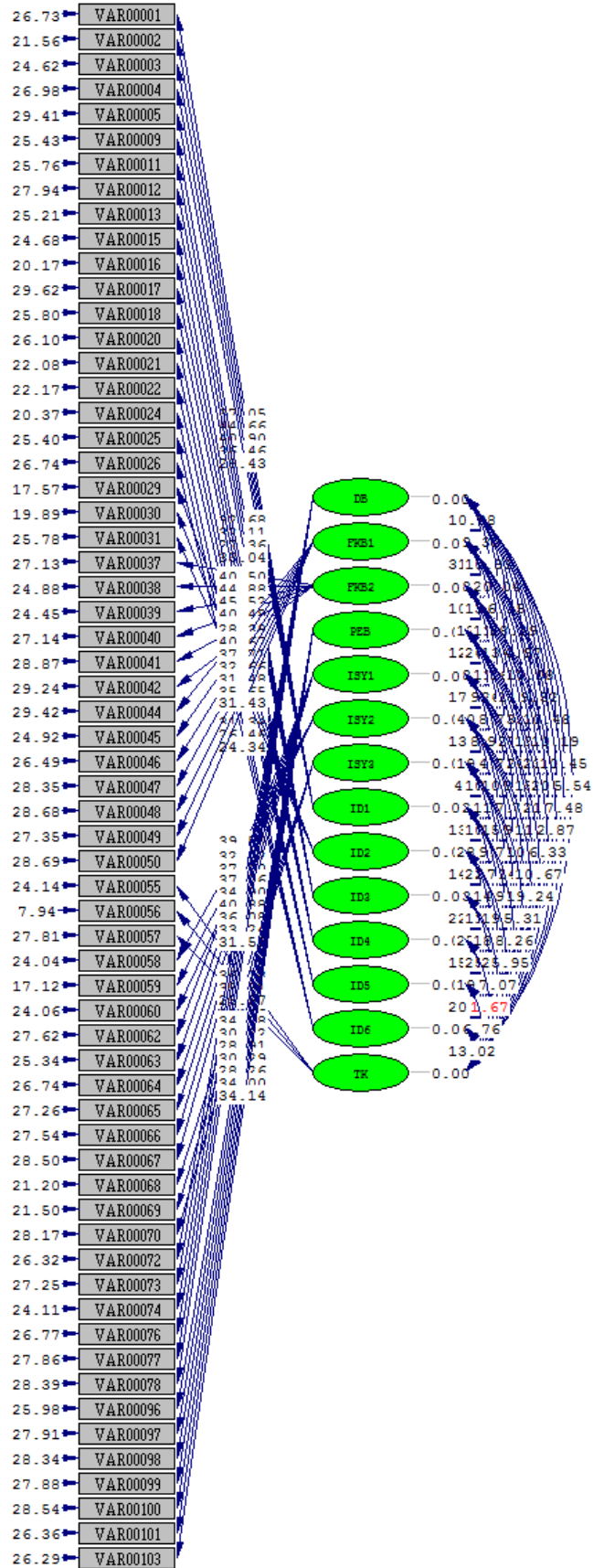
74. Devletin sağladığı teşvikler ve özendirici araçlar yeterlidir.							
75. Devlet turizm yatırımcısının arkasındadır.							
76. Yürürlükteki kanunlar ve mevzuatlar turizmi destekler.							
77. Vergiler makul oranlardadır.							
78. Devlet politikaları turizmi destekleyici niteliktedir.							
79. Devletin döviz kurları için yaptığı uygulama ve düzenlemeler yeterlidir.							

2. BÖLÜM: ANTALYA TURİZM KÜMESİNİN ALGILANAN PERFORMANSI

Lütfen bölgedeki turizm sektörünün son 5 yılda gerçekleştirdiği performanstan tatmin derecenizi işaretleyiniz.

Ölçütler	Az Tatminkar						Çok Tatminkar
80. Satışların artış oranı							
81. Rakip turizm bölgelerine göre fiyat düzeyi							
82. Gelen turist sayısı							
83. Toplam yatırım harcaması							
84. Toplam satış gelirleri							
85. Bölgenin imajı							
86. Turist memnuniyeti							
87. Genel olarak karlılık düzeyi							
88. Genel olarak bölgenin performansı							

Ek 2- Doğrulayıcı Faktör Analizi



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Pelin ARSEZEN OTAMIŞ

Doğum Tarihi ve Yeri : 26.07.1979 / Eskişehir

Medeni Durumu : Evli

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya Lisesi

Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi S.B.E. İşletme A.B.D.

Tez Konusu : KOBİ'lerde Liderlik Uygulamaları: Sahip-Yönetici Tipolojisi
Üzerine Bir Araştırma

Yabancı Dil / Diller : İngilizce, İspanyolca

E-posta : parsezen@gmail.com