

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA:
KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ**

**Hazırlayan
Bilgehan DEMİREZEN**

**Danışman
Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU**

Yüksek Lisans Tezi

**Haziran 2020
KAYSERİ**

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA:
KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

**Hazırlayan
Bilgehan DEMİREZEN**

**Danışman
Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU**

**Haziran 2020
KAYSERİ**

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Bilgehan DEMİREZEN



**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**

**Tez Başlığı: TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA:
KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ**

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **203** sayfalık kısmına ilişkin **29/06/2020** tarihinde **Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı: % 5'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Giriş dahil
- 2- Ana Bölümler dahil
- 3- Sonuç dahil
- 4- Alıntılar dahil
- 5- Kapak hariç
- 6- Önsöz ve Teşekkür hariç
- 7- İçindekiler hariç
- 8- Kaynakça hariç
- 9- Özet hariç
- 10- Yedi (7) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 29/06/2020

Adı Soyadı : Bilgehan DEMİREZEN
Öğrenci No : 4033430002
Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği
Bilim Dalı : Turizm İşletmeciliği
Program Adı : Tezli Yüksek Lisans

Danışman: Adı/İmza
Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Öğrenci Adı/İmza
Bilgehan DEMİREZEN

YÖNERGEYE UYGUNLUK

“Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma: Kayseri İli Örneği” adlı Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi’ne uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Bilgehan DEMİREZEN

Danışman

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU danışmanlığında Bilgehan DEMİREZEN tarafından hazırlanan “**Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma: Kayseri İli Örneği**” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

...../...../.....

JÜRİ:

Danışman : Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

Üye : Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

Üye : Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun/...../..... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../.....

Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, öncelikle turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerinin ortaya konulması ve Kayseri ilinin kalkınması sürecinde turizm sektörünün rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Kayseri ilinin turizm potansiyelinin tespit edilmesi ve bu potansiyelin bölgenin kalkınmasını destekleyen önemli bir faktör olup olmadığı hususu incelenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede Kayseri ilinde tüm turizm sektörü paydaşlarına yönelik akademik bir araştırma yapıldığı ifade edilmelidir.

Öncelikle bilgi ve tecrübesini benimle paylaşan, yardımını ve emeğini esirgemeyen, fikir ve önerileri ile beni aydınlatan değerli hocam Kayseri Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA'ya,

Çalışmamın bütün sürecinde bana destek olan, bilgisini, tecrübesini ve emeğini esirgemeyen değerli hocam Sayın Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU'na,

Aynı zamanda değerli hocam Sayın Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ'ye ve Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapan diğer tüm akademik ve idari personele en içten teşekkürlerimi sunarım.

Bununla birlikte araştırma verilerinin toplanması sürecinde yardımlarını, ilgi ve alakalarını eksik etmeyen turizm sektörü paydaşlarına da teşekkür ederim.

Ayrıca tüm insanlığa faydalı bir birey olarak yetiştirme amacı ile emeklerini, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen beni bugünlere getiren aileme minnettarım.

Bilgehan DEMİREZEN

Kayseri, 2020

TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ

Bilgehan DEMİREZEN

Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Tezi, Haziran 2020

Danışman: Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

ÖZET

Son zamanlarda turizm sektörü sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydaları açısından farklı yönleriyle öne çıkmaktadır. Günümüzde ise birçok ülkenin ekonomik kalkınmayı hızlandırmak amacıyla turizm sektörüne yöneldiği gözlenmektedir. Aynı zamanda artan rekabet koşulları nedeniyle her ülke ve bölge sosyo-ekonomik açıdan üstünlük kazanmak istemekte ve bu çerçevede turizm sektörünü kalkınmada stratejik bir araç olarak kullanmayı tercih ederek mevcut turizm potansiyelini harekete geçirmek için çaba sarf etmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, öncelikle turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerinin ortaya konulması ve Kayseri ilinin kalkınması sürecinde turizm sektörünün rolünün incelenmesi olmuştur. Ayrıca Kayseri ilinin turizm potansiyelinin tespit edilmesi ve bu potansiyelin bölgenin kalkınmasını destekleyen önemli bir faktör olup olmadığı hususu bu araştırmada değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda Kayseri ilindeki turizm sektörü paydaşları araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir. Yargısal örnekleme yöntemi ile bu evrenden seçilen 20 turizm sektörü paydaşı araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat yöntemi kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanan veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Buna ek olarak diğer ülkelerden seçilen örnek destinasyonlar ile Kayseri ili karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş ve Kayseri iline yönelik çeşitli politika önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

Sonuç olarak, turizm sektörünün Kayseri iline sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan önemli faydalar sağladığı, ancak ilin kalkınmasına henüz daha mütevazı ölçüde katkıda bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm odaklı kalkınma konusunda şehirde önemli sorunlarla karşılaşıldığı ve bu sorunların ortadan kaldırılması durumunda ise ilin turizm potansiyelinin kalkınma açısından önemli ve etkili bir faktör

olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca karşılaşılan sorunları ortadan kaldırmaya yönelik çeşitli çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Araştırma sonucunda diğer önemli bulgular ile kuramsal açıdan ve uygulamaya yönelik çeşitli sonuçlar ortaya konulmuş ve bu çerçevede gelecekteki araştırmalara yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur. Literatürde Kayseri iline yönelik bu konuda daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanılmaması bu çalışmanın özgünlüğünü ve önemini artırmaktadır. Aynı zamanda çalışmanın mevcut literatüre de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kalkınma, Turizm Sektörü, Bölgesel Kalkınma.



TOURISM FOCUSED REGIONAL DEVELOPMENT: THE CASE OF KAYSERİ PROVINCE

Bilgehan DEMİREZEN

Erciyes University, Institute of Social Sciences

M.Sc. Thesis, June, 2020

Advisor: Prof. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU

ABSTRACT

Recently, the tourism sector stands out with its different aspects in terms of socio-economic, socio-cultural and environmental benefits. Nowadays, it is observed that many countries have turned to the tourism sector in order to accelerate economic development. At the same time, every country and region wants to gain socio-economic superiority due to the increasing competition conditions and in this context, it tries to activate the existing tourism potential by choosing to use the tourism sector as a strategic tool in development.

In this context, the aim of the study was primarily to reveal the effects of tourism activities on regional development and to examine the role of the tourism sector in the development of Kayseri province. Furthermore, the determination of the tourism potential of Kayseri province and whether this potential is an important factor supporting the development of the region were tried to be evaluated in this research.

In line with the purpose of the study, the tourism sector stakeholders in Kayseri province have been identified as the population of the research. 20 tourism sector stakeholders selected from this population with the purposeful sampling method constituted the sampling of the study. Interview method, one of the qualitative research methods, was used as the data collection method. Data collected by semi-structured interview technique were analyzed descriptively. In addition to this, Kayseri province is analyzed comparatively with sample destinations selected from other countries and various policy suggestions for Kayseri province were tried to be developed.

As a result, it has been determined that the tourism sector has provided significant benefits to the province of Kayseri in terms of socio-economic, socio-cultural and environmental aspects, but it has contributed to the development of the province more modestly. However, it has been concluded that there are important problems in the city

regarding tourism focused development and if these problems are eliminated, the tourism potential of the province may be an important and efficient factor in terms of development. Besides, various solutions were proposed to eliminate the problems encountered. As a result of the research, various conclusions regarding theoretical and practical results were presented with other important findings and in this framework some suggestions for future research were made. The absence of a previous study on this subject in the province of Kayseri increases the originality and importance of this study. It is also thought that the study will contribute to the existing literature.

Keywords: Tourism, Development, Tourism Sector, Regional Development.



İÇİNDEKİLER

TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
İNTİHAL FORMU	iii
YÖNERGEYE UYGUNLUK.....	iv
KABUL VE ONAY SAYFASI	v
ÖNSÖZ.....	vi
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
İÇİNDEKİLER	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE BÖLGESEL KALKINMANIN UNSURLARI

1.1.Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma Hakkında Kavramsal Çerçeve	3
1.1.1. Kalkınma Kavramı	3
1.1.2. Bölgesel Kalkınma Kavramı	6
1.2. Bölgelerarası Kalkınmışlık Farklılıkları	8
1.2.1. Kalkınmada Bölgelerarası Eşitsizlik veya Dengesizlik	8
1.2.2. Kalkınmada Bölgelerarası Eşitsizliğin Nedenleri	12
1.2.2.1. Sosyal Nedenlerden Kaynaklanan Eşitsizlik.....	13
1.2.2.2. Ekonomik Nedenlerden Kaynaklanan Eşitsizlik.....	13
1.2.2.3. Bölgesel Özelliklerden Kaynaklanan Eşitsizlik	14
1.3. Bölgesel Kalkınma Politikaları	15
1.4. Türkiye’de Kalkınma Politikaları	18
1.4.1. Planlı Dönem Öncesi (1923-1960).....	18
1.4.2. Planlı Dönem (1963-1980 ve Sonrası Dönem)	18
1.5. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Araçları	21
1.5.1. Teşvikler.....	21
1.5.2. Bölgesel Kalkınma Ajansları	22

1.5.3. Devlet Tarafından Yapılan Yatırımlar	24
1.5.4. Bölgesel Planlama.....	24
1.5.5. Endüstriyel Aglomerasyonlar (Yoğunlaşmalar)	25
1.5.6. Bilim ve Teknoloji Parkları.....	26
1.6. Bölgesel Kalkınmanın Bir Aracı Olarak Turizm Sektörü.....	28
1.7. Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Araştırmalar	31

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ VE TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA AÇISINDAN DÜNYA ÖRNEKLERİ

2.1. Turizm Sektörünün Etkileri.....	47
2.1.1. Turizm Sektörünün Sosyo-Ekonomik Etkileri.....	48
2.1.1.1. Turizm Sektörünün Olumlu Sosyo-Ekonomik Etkileri	48
2.1.1.1.1. Turizmin Döviz Gelirleri Üzerindeki Etkisi	48
2.1.1.1.2. Turizmin Gelir ve Çarpan Etkisi	52
2.1.1.1.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi.....	53
2.1.1.1.4. Turizmin Yatırımlara Etkisi	55
2.1.1.1.5. Bölgelerarası Dengeli Kalkınma İle Alt ve Üstyapının Gelişimine Yönelik Etkisi	57
2.1.1.1.6. Turizmin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi	59
2.1.1.1.6.1. Turizmin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkisi	60
2.1.1.1.6.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkisi	60
2.1.1.1.6.3. Turizmin Hizmet Sektörü Üzerindeki Etkisi	61
2.1.1.2. Turizm Sektörünün Olumsuz Sosyo-Ekonomik Etkileri	61
2.1.1.2.1. Enflasyon Üzerindeki Etkisi	61
2.1.1.2.2. Ekonominin Turizm Sektörüne Aşırı Bağımlılığı.....	62
2.1.1.2.3. Yabancı Sermaye ve Sızıntı Etkisi.....	63
2.1.1.2.4. Fırsat Maliyeti ve Mevsimsellik Etkisi	64
2.1.2. Turizm Sektörünün Olumlu ve Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri.....	65
2.1.3. Turizm Sektörünün Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri	70
2.2. Turizm Sektörünün Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkilerinin Yönetilmesi.....	74
2.3. Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma Açısından Dünya Örnekleri	77
2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri: Big Sky, Montana Örneği.....	78

2.3.2. Birleşik Krallık: Manchester Örneği	82
2.3.3. İtalya: Torino Örneği.....	90
2.3.4. Makedonya: Güney-Batı Planlama Bölgesi Örneği	98
2.4. Kayseri İline Yönelik Uygulama ve Politika Önerileri	104

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAYSERİ İLİNİN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Kayseri İlının Turizm Açısından Karakteristik Özellikleri.....	111
3.1.1. Kayseri İlının Sosyo-Kültürel Yapısı.....	111
3.1.2. Kayseri İlının Demografik Yapısı İle İlgili Çeşitli İstatistikler	112
3.1.3. Kayseri İlının Sosyo-Ekonomik Yapısı	116
3.2. Kayseri İlının Turizm Açısından Değerlendirilmesi.....	121
3.2.1. Kayseri İlinde Turizm Sektörünün Yapısı	121
3.2.2. Kayseri İlinde Turizm Faaliyetleri	126
3.2.2.1. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm.....	126
3.2.2.2. Kış Turizmi	128
3.2.2.3. Gastronomi Turizmi	130
3.2.2.4. Kuş Gözlemciliği ve Doğa Turizmi	132
3.2.2.5. İnanç, Kültür ve Tarih Turizmi	133
3.2.2.6. Etkinlik, Spor, Kongre ve Fuar Turizmi	134
3.2.2.7. Akarsu/Rafting Turizmi	135
3.2.2.8. Eğlence, Alışveriş ve Dinlenme Faaliyetleri.....	136
3.2.2.9. Diğer Aktiviteler	138
3.2.2.9.1. Yamaç Paraşütü.....	138
3.2.2.9.2. Bisiklet Turizmi	139
3.2.2.9.3. Fotoğrafçılık.....	139
3.2.2.9.4. Dağcılık	140
3.2.2.9.5. Karavan ve Kampçılık	140
3.2.2.9.6. Mağara ve Macera Turizmi	141
3.2.2.9.7. Balon Turizmi	141
3.2.2.9.8. Eğitim Turizmi	141
3.2.2.9.9. Av Turizmi ve Balıkçılık Aktivitesi.....	141

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: KAYSERİ İLİNE YÖNELİK
BİR ALAN ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Konusu	143
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	145
4.2.1. Araştırmanın Amacı	145
4.2.2. Araştırmanın Önemi.....	145
4.3. Araştırmanın Yöntemi.....	148
4.3.1. Araştırma Yaklaşımı	148
4.3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	149
4.3.3. Araştırma Verilerinin Toplanması	150
4.3.4. Araştırma Verilerinin Analizi	152
4.3.5. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği	153
4.4. Bulgular ve Yorumlar	154
4.4.1. Betimleyici İstatistikler	154
4.4.2. Mülakatların Analiz Edilmesi	156
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	201
KAYNAKLAR	212
EKLER.....	254
ÖZGEÇMİŞ.....	277

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yönelik Paradigmaların Değişimi.....	16
Tablo 2.	Turizm Sektörünü Kapsayan Kalkınma Planları ve Programları.....	19
Tablo 3.	Turizm Odaklı Kalkınmaya Yönelik Yaklaşımlar	45
Tablo 4.	Turizm Sektöründe Yapılan Harcamaların Ortaya Çıkardığı İstihdam Alanları.....	54
Tablo 5.	Irridex Modelinin Aşamaları.....	69
Tablo 6.	Manchester'daki En Popüler Turistik Destinasyonlara Yönelik Ziyaretçi İstatistikleri.....	88
Tablo 7.	2018 Yılında Kayseri'de Nüfusun Yaş Dağılımı	113
Tablo 8.	2018 Yılında Kayseri İli Nüfusunun Medeni Hali.....	114
Tablo 9.	2018 Yılında Kayseri İli Nüfusunun Eğitim Seviyesi.....	115
Tablo 10.	2016 Yılında Kayseri'de Sigortalı Çalışanların Sektörlere Göre İstihdam Oranı.....	116
Tablo 11.	Kayseri İli Nüfusunun Sosyo-Ekonomik Statüsü.....	117
Tablo 12.	2020 Yılı Kayseri'de Bulunan Konaklama İşletmeleri.....	122
Tablo 13.	2019 Yılı (Ocak ve Eylül Ayları Arası) Kayseri İlinde Turizm Faaliyetlerine Katılan Turist Sayısı.....	125
Tablo 14.	2018 Yılında Kayseri İline Gelen Yerli ve Yabancı Turistlerin Ziyaret Türlerine Göre Sayısı	125
Tablo 15.	Kayseri İlinin Sahip Olduğu Gastronomik Değerler.....	131
Tablo 16.	Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler	155
Tablo 17.	Turizm Odaklı Kalkınmanın Sağlanmasında Katılımcıların Önerileri İle Çalışmada Ele Alınan Diğer Ülkelerden Seçilen Örnek Destinasyonların Uygulamalarının Karşılaştırılması	199
Tablo 18.	Turizm Odaklı Kalkınmada Karşılaşılan Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri	207

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Ödemeler Dengesi Hesap Bakiyesi.....	50
Şekil 2. Irridex (Irritation Index) Modeli	68



GİRİŞ

Turizm sektörü dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri olmanın yanında bölgesel kalkınmayı sağlama açısından da önemli bir rol oynamaktadır. Turizm faaliyetlerinin ülke ve bölge ekonomisine katkıları göz önünde bulundurulduğunda, turizm potansiyeline sahip alanların değerlendirilmesi ve turizme kazandırılması büyük önem arz etmektedir. Turizm sektörü yoğun olarak faaliyet gösterdiği bölgelerde, döviz geliri sağlama, yerel halka ek gelir fırsatı sunma, göçü önleme, istihdam yaratma, diğer sektörleri canlandırma, yatırımları artırma ve altyapı ve üstyapıyı geliştirme gibi sosyo-ekonomik ve çevresel açıdan birçok olumlu etkiler ortaya çıkarmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizm faaliyetleri ile dünya genelinde ekonomik büyüme, toplumsal kalkınma ve kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğe yönelmeyi amaçlayarak, 2017 yılını “Kalkınma İçin Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Yılı” olarak ilan etmiştir (UNWTO, 2016). Bu çerçevede, UNWTO turizm sektörüne dayalı bölgesel kalkınma konusu üzerinde önemle durmaya devam etmektedir.

Bölgesel kalkınma ile öncelikli olarak istihdamı artırmak ve bölge halkının refah seviyesini yükseltmek amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşmak için bölgedeki turizm potansiyelinin etkin ve verimli bir biçimde kullanılması gerekmektedir. Turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde bulunan tüm paydaşlara çok sayıda katkı sunulmakta ve bölgesel kalkınmaya aracılık edilmektedir. Böylece, bölgelerarasındaki dengesizlik ve eşitsizliklerin de ortadan kaldırılmasına yardımcı olunmaktadır. Diğer bir ifade ile turizm faaliyetleri geri kalmış bölgelerin birçok yönden gelişmesini sağlama açısından önemli bir araç özelliğine sahiptir. Ayrıca, destinasyonların sahip olduğu turizm potansiyeli değerlendirilerek alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ile turizm faaliyetlerinin neredeyse tüm bölgelerde uygulanabilir hale geldiği gözlenmektedir. Böylece, turizmin birçok bölgede kalkınmaya yardımcı olması da önemli ölçüde kolaylaşmış olmaktadır.

Bu konu ile ilgili olarak daha önce Isparta, Nevşehir, Amasya, Bozcaada, Balıkesir, Mardin, Giresun, Adana ve Konya vb. örneklerde birçok çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Ancak literatürde Kayseri iline yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle, bu çalışmanın Kayseri bölgesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, öncelikle turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini ele almak, daha sonra Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolünü ve potansiyelini incelemektir.

Çalışmada, konuyla ilgili olarak geniş ölçüde yerli ve yabancı literatür taraması yapılmış, ayrıca bölgesel kalkınma hususunda uzman kurumların çalışmaları ve faaliyet raporlarından da yararlanılmıştır. Konuyu daha değişik boyutlarıyla ele almak, mevcut sorunları ve potansiyeli ortaya koymak maksadıyla çalışmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmış ve bu çerçevede Kayseri’de çok sayıda turizm sektörü paydaşı ile görüşmeler yapılmıştır.

Çalışma dört bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde, kalkınma ve bölgesel kalkınma üzerine kavramsal bir çerçeve oluşturulmakta, bölgelerarası eşitsizlik ve nedenleri ele alınmaktadır. Daha sonra bölgesel kalkınmanın önemi ve unsurları ortaya konulmakta ve turizm sektörünün bölgesel kalkınmada bir araç olarak kullanılabilirliği incelenmektedir. Ayrıca turizm sektörü ile bölgesel kalkınma ilişkisine yönelik ulusal ve uluslararası bir literatür taraması yapılmaktadır. İkinci bölümde, turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı etkiler sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan değerlendirilmekte, turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri analiz edilmektedir. Aynı zamanda ikinci bölümde turizm odaklı bölgesel kalkınmaya yönelik çeşitli dünya örnekleri incelenerek Kayseri ile karşılaştırılmakta ve Kayseri iline yönelik çeşitli politika ve uygulama önerileri ortaya konulmaktadır. Üçüncü bölümde ise Kayseri ilinin turizm potansiyeli kapsamlı bir şekilde incelenmekte, mevcut çekiciliklerin bir envanteri çıkarılmakta, ayrıca Kayseri ilindeki turizm arzı ve talebi ile bu hususta yaşanan sorunlar analiz edilmektedir. Çalışmanın dördüncü bölümünde Kayseri’de turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki rolü yukarıda belirtildiği üzere mülakat yöntemi kullanılarak araştırılmakta ve toplanan verilerden elde edilen bulgular yorumlanarak Kayseri ilinin kalkınması için çeşitli politika önerileri ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE BÖLGESEL KALKINMANIN UNSURLARI

Bu bölümde, öncelikle kalkınma ve bölgesel kalkınma kavramları geniş bir perspektiften incelenerek bölgesel kalkınmanın önemi ortaya konulmuş ve bölgesel kalkınma araçları değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Daha sonra turizm sektörünün bölgesel kalkınma ile ilişkisi değerlendirilerek turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki rolü ve etkisi incelenmiştir. Ayrıca bu çerçevede kapsamlı bir ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılmıştır.

1.1. Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma Hakkında Kavramsal Çerçeve

Kalkınma ve bölgesel kalkınma kavram ve politikaları iktisat literatürünün önemli sorun alanlarından birini teşkil etmektedir. Bu bölümde kalkınma ve bölgesel kalkınma kavramları ele alınmaktadır.

1.1.1. Kalkınma Kavramı

Kalkınma kavramı, literatürde daha geniş çaplı toplumsal değişim sürecini vurgulayan, ekonomik ve sosyal kaygıları kapsayan bir modernleşme biçimi olarak tanımlanmaktadır (Nuryanti, 1998: 27-29). Gereffi ve Fonda (1992: 420) kalkınmanın özünü yaşam kalitesinin iyileştirilmesi olarak açıklamakta ve kalkınma kavramını ülkelerdeki verimlilik ve teknolojik gelişmelerdeki kazanımların sonucunda daha yüksek gelir elde etme, daha iyi bir eğitim düzeyi, daha iyi sağlık ve beslenme koşulları, daha temiz bir çevre, yoksulluğun azaltılması, daha fazla fırsat eşitliği, bireysel özgürlüklerin artırılması, daha zengin bir kültürel çevre ve tümüyle ekonomik bir ilerlemenin sağlanması olarak ifade etmektedirler. Todaro (1981: 56) ise kalkınmayı tüm ekonomik ve sosyal sistemlerin yeniden düzenlenmesi ve yapılandırılmasını içeren

çok boyutlu bir yapı olarak tanımlamakta ve kalkınmanın bazı sosyo-ekonomik ve politik süreç kombinasyonları yoluyla daha iyi bir yaşam elde etmenin yolunu güvence altına aldığını, toplumun sahip olduğu fiziksel bir gerçeklik ve zihinsel bir durum olduğunu belirtmektedir. Jap (2002: 21)'e göre kalkınma, insanların üretkenliklerini ve gelir düzeylerini artırmak için kendilerine yardım etmelerini sağlayan sosyo-ekonomik ve politik yapıdaki temel bir dönüşümü ifade etmektedir. Owens (1987) ise kalkınmada insani gelişmelerin (eğitim, sağlık hizmetleri vb.) önemli olduğunu ve beşeri sermayedeki gelişimlerle kalkınmanın sağlanabileceğini vurgulamıştır.

Kalkınma, çevrenin kaynaklarına zarar vermeden, nüfusun yaşam düzeyi ve kalitesinin artması, bölgesel gelir ve istihdam olanaklarının yaratılması ya da genişletilmesini amaçlayan fiziksel, ekonomik, çevresel, sosyal ve demografik bileşenlerin büyümesi, ilerlemesi ve olumlu yönde değişmesi sürecidir (Israel, 2018). Kalkınma, sistematik ve iyi tanımlanmış bir değişim işlemi uygulayarak toplumsal bir sorunun çözülmesi sürecini ifade etmektedir (IGI Global, 2019). Böylece kalkınma aşamalı olarak büyümeyi, daha güçlü ve daha gelişmiş hale gelmeyi ifade etmektedir (Oxford Learner's Dictionaries, 2019; Cambridge Dictionary, 2019). Diğer bir ifade ile kalkınma kavramı gelişme eylemi, süreci veya sonucu olarak tanımlanmaktadır (Merriam-Webster, 2019). Literatürde kalkınma, belli bir süre boyunca değişim, büyüme veya gelişme olarak dile getirilmektedir (Macmillan Dictionary, 2019). Kazeri (2017: 82)'ye göre kalkınma, nüfusun gerçek gereksinimlerinin doğal kaynakların ve sistemlerin rasyonel ve sürdürülebilir kullanımı ile karşılandığı bir ülke içindeki sosyal bir koşul olarak anlaşılmaktadır. Ayrıca doğal kaynakların bu şekilde kullanılması, belirli bir ülke nüfusunun kültürel özelliklerine saygı duyan bir teknolojiye dayanmaktadır. Bu genel kalkınma tanımı, sosyal grupları temsil eden kuruluşlara, eğitim, barınma, sağlık hizmetleri ve beslenme gibi temel hizmetlere ve hepsinden önemlisi, kültür ve geleneklerine belirli bir ülkenin sosyal değerleri çerçevesinde saygı gösterilmesi şartını içermektedir.

Kalkınma, nicel ve nitel ölçütleri içermekte ve bu ölçütler kapsamında değerlendirilmektedir. Sen'e göre kalkınma, insanların yaşam standardı, refahı ve ulaştığı fonksiyonlar (sağlık, beslenme, istenildiği gibi hareket etme vb.) ile ilgilidir ve ekonomik, sosyo-kültürel vb. alanlarda daha iyi bir yaşamın elde edilmesi olarak değerlendirilmektedir (Sen, 1988: 10-22). Seers (1969) ise bir ülkede kalkınmanın

yoksulluk, eşitsizlik ve işsizliğin azaltılması veya ortadan kaldırılması ile oluşabileceğini belirtmiştir. Tayebwa (1992: 261), kalkınmanın sadece ekonomik veya maddi refah anlamına gelmediğini, daha genel anlamda bütün toplumun ekonomik, sosyal ve politik yönlerinde güvenlik, kültür, sosyal faaliyetler ve siyasi kurumlar açısından iyileştirmelerini içermektedir. Gartner (2008: 13-16) ise felsefi bir kavram olarak kalkınmayı toplumun ilerleyebileceği gelecekteki arzulanan bir durum olarak tanımlamaktadır. Mokolobate (2006: 8)'e göre kalkınma insanların yaşam seviyesini yükseltecek, insanların gelişmesi için uygun bir ortam hazırlayacak ve onların özgürlüğünü artıracak faktörleri içermekte ve kalkınma insanların yaşam kalitesinin geliştirilmesine odaklı bir süreç olarak tanımlanmaktadır.

Telfer ve Sharpley (2008: 6)'e göre kalkınma, insanca yaşam koşullarının ekonomik, sosyal, politik ve kültürel boyutlarında meydana gelen sürekli ve olumlu bir değişim, seçim özgürlüğü ilkesiyle yönlendirilebilen ve değişimin sürdürülmesinin çevrenin kapasitesine bağlı olarak sınırlandırıldığı karmaşık ve çok boyutlu bir özelliğe sahiptir.

Li (2005: 59-65) geliştirmekte olan ülkelerdeki kalkınma amaçlarını (1) ekonomiyi canlandırmak ve büyümeyi sürdürmek, (2) yaşam standartlarını yükseltmek, (3) yoksulluğu ortadan kaldırmak ve (4) gelişme sürecindeki dengesizlikleri azaltmak olarak açıklamıştır. Stimson, Stough ve Roberts (2002: 46-47)'a göre kalkınmanın amaçları yeterince kullanılmamış insan ve doğal kaynak potansiyelini geliştirerek, bölgelerin rekabetçi konumunu güçlendirmek, yerel olarak üretilen ürün ve hizmetler için çeşitli fırsatlar tanıyarak yerli ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek, yerel halk için istihdam düzeyi ile uzun vadeli kariyer fırsatlarını iyileştirmek, dezavantajlı ve azınlık grupların yerel ekonomiye katılımını artırmak ve halkın yaşam kalitesini yükseltmek için fiziksel çevrenin iyileştirilmesini sağlamaktır.

Bu çerçevede kalkınma kavramının beş unsurdan oluştuğu ifade edilebilir. Bunlar, (1) ekonomik boyut (varlık/sermaye yaratılması, maddi yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve kaynakların eşit dağıtılması), (2) sosyal boyut (sağlık, konut/barınma, eğitim ve istihdamda refah), (3) siyasi boyut (insan haklarını savunmak, hak tanımak, politik özgürlük ve demokrasi), (4) kültürel boyut (kültürel kimliğin ve özsaygının korunması ve doğrulanması) ve (5) hayat boyu devam etmesi boyutu (bir toplumun sahip olduğu sembollerin, inançların ve anlam sistemlerinin korunması ve güçlendirilmesi) olarak

sıralanmaktadır (Goulet, 1992: 469-470). Ayrıca kalkınmanın boyutları arasına sürdürülebilirliğin sağlanması için ekolojik boyutun da eklenmesi gerektiği son yıllarda araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır (Goulet, 1992: 470; Telfer ve Sharpley, 2008: 6).

Yukarıda ifade edildiği üzere çok sayıda araştırmacının kalkınma kavramını birbirlerine benzer şekilde tanımladığı söylenebilir. Özellikle bazı araştırmacıların kalkınmanın sürdürülebilir olması gerektiğini vurguladıkları görülmektedir. Bu çerçevede kalkınma kavramı, *genel olarak mevcut kaynakların sürdürülebilir, verimli ve etkin bir şekilde kullanılarak yaşam standartları ve kalitesinin maksimum seviyeye çıkarılmasına odaklanan, yoksulluğun azaltılması, fırsat eşitliğinin sağlanması ve bireysel özgürlüğün artırılması ile altyapı, üstyapı, beslenme, tüketim, üretim, barınma, sağlık, eğitim, güvenlik, adalet, gelir, istihdam ve refah vb. faktörlerin iyileştirilmesi* olarak tanımlanabilir.

1.1.2. Bölgesel Kalkınma Kavramı

Bölgesel kalkınma, ekonomik faaliyetleri teşvik etmeye ve çeşitlendirmeye, yatırımları artırmaya, işsizliği azaltmaya yardımcı olan ve nihayetinde yaşam standardında bir iyileşmeyi hedefleyen bir süreçtir (Letitia, 2012: 304). Bölgesel kalkınma faaliyetleri, bölgesel düzeyde en iyi şekilde gerçekleştirilmeye çalışılan kalkınmaya yönelik müdahaleler yoluyla bölgesel sorunları ele almayı amaçlamaktadır. Bölgesel kalkınma, bir bölge halkının yararlanabileceği kişisel ve mesleki tatminin sağlanması, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve çeşitlendirilebilir fırsatlara erişimin derecesine katkıda bulunmayı ifade eden çok yönlü bir kavramdır. Ayrıca bölgesel kalkınma, bir bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel hedeflerini o bölgedeki kurum ve kuruluşların işbirliğiyle gerçekleştirme süreci olarak tanımlanmaktadır (IGI Global, 2019). Bölgesel kalkınma ekonomik açıdan daha az gelişmiş bölgelere ve refah seviyesi düşük olan bölgelere yardım veya destek sağlanması olarak ifade edilmektedir (Collins, 2019; The Free Dictionary, 2019; Definitions, 2019).

Bölgesel kalkınmanın amacı bölgede yaşayanların yaşam standartlarının önemli ve sürdürülebilir bir şekilde iyileştirilmesi ve işsizliğin azaltılması, ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve artırılması, özel ve kamu sektöründe yatırımların teşvik edilmesi,

yerel ve bölgesel ekonomik çevrenin desteklenmesi ve teşvik edilmesi için uygun bir çerçeve oluşturmaktır (Apostolache, 2014: 36).

Durkova, Cabyova ve Vicenova (2012: 89) bölgesel kalkınmayı, bölgenin ekonomik ve sosyal açıdan potansiyelini artırarak, ekonomik seviyesi, performansı, rekabet gücü ve nüfusunun yaşam standartlarını artıran sürdürülebilir bir büyüme olarak tanımlamaktadırlar.

Durgun (2006: 42)'e göre ise bölgesel kalkınma, bir bölgenin kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılması, girişimciliğin desteklenmesi, bölgede iş ve gelir olanaklarının artırılması ile yaşam kalitesinin ve standartlarının daha iyi bir seviyeye çıkarılmasıdır.

Baldıran ve Öztürk (2016: 203)'e göre bölgesel kalkınma bir ülkenin az gelişmiş veya gelişmemiş bölgelerindeki dengesizlikleri ya da eşitsizlikleri azaltmak için endüstrileşme yoluyla bazı bölgelerden toplanan kaynakların adil bir şekilde dağıtılmasıdır. Tunçbilekli (2006: 35) ise bölgesel kalkınma kavramını, diğer bölgelere göre daha az gelişmiş bir bölgenin sosyal ve ekonomik açıdan geliştirilmesi olarak tanımlamaktadır. Bölgesel kalkınma, bölgelerarası eşitsizliğin, dengesizliğin veya farklılıkların en aza indirilmesi ve ekonomik, sosyal ve kültürel eşitliğin sağlanarak ülkenin bütünleştirilmesi olarak da tanımlamaktadır (Demiral, 2012: 6). Diğer taraftan bölgesel kalkınma, endüstrileşmenin farklı bölgelerde yoğunlaşması ile ortaya çıkan eşitsizliğin az gelişmiş veya gelişmemiş bölgelere endüstrileşmenin getirilmesiyle ortadan kaldırılması ve refahın ülke genelinde adaletli dağılımının sağlanması olarak ifade edilmektedir (Abdikhalilova, 2018: 66).

Medeuov (2013: 31) bölgesel kalkınma kavramını, bir bölgenin refah seviyesinin yükseltilmesi şeklinde kısaca açıklamaktadır. Aslan (2009: 18) ise bölgesel kalkınmayı, bir bölgede gelirlerin artırılarak bölgenin sosyo-ekonomik yapısının değiştirilmesi şeklinde ifade etmektedir. Diğer yandan bölgesel kalkınma, bir bölgede bölgelerarası dengesizlikleri ortadan kaldırmak için oluşturulan planlar, programlar, projeler ve bölgesel kalkınmayı sağlayacak faaliyetler bütünü olarak dile getirilmektedir (Sündük, 2018: 10).

Bölgesel kalkınma kavramı, bir yandan bölgesel bir ekonomik gelişim olarak ifade edilirken, aynı zamanda bölgesel trafik, nüfus veya çevresel gelişme olarak anlaşılan,

belirli alanların gelişim dinamiklerini içermektedir (Petrevska, 2012: 427; Petrevska ve Matlieska, 2012: 694).

OECD (2019) raporuna göre bölgesel kalkınma, bölgelerdeki ekonomik faaliyetleri destekleyerek (istihdam ve sermaye üreten) bölgesel eşitsizlikleri azaltmak için harcanan genel bir çaba olarak ifade edilmektedir.

Bölgesel kalkınma kavramı, bölgelerarası dengesizliğin ve eşitsizliğin giderilmesi, gelir düzeylerinin iyileştirilmesi, sanayi, tarım, eğitim, haberleşme, ulaştırma, sağlık, kültür, turizm, altyapı, üstyapı vb. hizmetlerin desteklenmesi ve sosyo-ekonomik yapının geliştirilmesi için gösterilen çabalar, yapılan yatırımlar ve faaliyetler süreci olarak dile getirmektedir (İzgi, 2007: 9).

Bölgesel kalkınma hakkında araştırmacıların yaptığı tanımlarda bölgelerarası eşitsizliği azaltmaya odaklanarak bölgesel kalkınmanın sağlanabileceği ifade edilmektedir. Bu bağlamda bölgesel kalkınma kavramı, *ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik, çevresel, fiziksel vb. faaliyetlerin bölgesel düzeyde geliştirilerek bölgesel gelirin, istihdamın, yatırımların, tüketimin, üretimin, refahın, rekabet gücünün, sektörel faaliyetlerde eşitliğin, yaşam standartları ve yaşam kalitesinin artırılması* olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede ise ulusal kaynakların bölgelerarasında daha adil bir şekilde dağıtılması büyük önem arz etmektedir.

1.2. Bölgelerarası Kalkınmışlık Farklılıkları

Bölgelerarası eşitsizlik veya dengesizlik bölgelerarasında oluşan bazı farklılıklar sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu farklılığa ise birçok faktör neden olmaktadır. Bu faktörler farklı bölgelerin sahip olduğu çeşitlilikler, değerler, etkenler veya unsurlardır. Bu faktörlerin bölgelerarasında ciddi biçimde farklılaşması sonucunda bir eşitsizlik veya dengesizlik ortaya çıkmaktadır. Aşağıda bölgelerarasında oluşan eşitsizlik kavramı detaylı bir şekilde ele alınmış ve bölgelerarası eşitsizliğin nedenleri geniş bir çerçevede incelenmiştir.

1.2.1. Kalkınmada Bölgelerarası Eşitsizlik veya Dengesizlik

Bölgesel eşitsizlik veya dengesizlik, belirli bir bölgesel paya sahip ve bölgesel yapının en az iki biriminde meydana gelen karakteristik özelliklerin, fenomen veya süreçlerin

farklılaşması veya eşitsizliği anlamına gelmektedir. Aynı zamanda, bölgesel eşitsizlik veya dengesizlik, ekonomik, sosyal ve çevresel düzeyde yaşanan çok boyutlu bir sorundur (Kutscherauer, Fachinelli, Hucka, Skokan, Suchacek, Tomanek ve Tuleja, 2010: 7-9).

Bölgelerarası eşitsizlik veya dengesizlik bölgelerarasında gelişen çeşitli ekonomik, sosyal, coğrafi ve politik birçok faktöre bağlı farklılıklar sonucu oluşan bir durum olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2010: 15).

Bölgesel kalkınma kapsamında araştırılan bölgesel eşitsizlik kavramı ile bölgesel düzeydeki ekonomi, sosyoloji, tarih ve siyaset bilimi gibi alanlar arasında güçlü bir disiplinlerarası ilişki bulunmaktadır. Bölgesel eşitsizlik, sadece gelir dağılımının eşitsizliği anlamına gelmemekte, aynı zamanda mekansal konum veya coğrafi birim arasındaki eşitsizliğin genel boyutlarını da ifade etmektedir. Aynı zamanda tarih, doğal kaynaklar, beşeri sermaye, yerel politikalar, ekonomi ve kültürel değerlerin tümü bölgelerdeki eşitsizliğin oluşmasına etki eden başlıca faktörleri teşkil etmektedir (Rahadini, 2017: 3-4; Kedar, 2002: 54-60).

Bölgesel ekonomik eşitsizliklerin, ulusların ekonomik kalkınmasının tüm aşamalarında var olduğu kabul edilebilir (Zombek, 1966: 4-5). Bölgesel eşitsizlikler giderek artan bir şekilde ekonomik performans, sosyal uyum ve istikrar için bir tehdit olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Doran, Jordan ve Elhorst, 2018: 383). Bir ülke içindeki artan farklılıklar bölgesel dengesizlik ve siyasi istikrarsızlıklara neden olmakta, bu durum ise ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Wasim ve Munir, 2017: 47).

Bölgelerarası eşitsizlikler veya farklı kalkınma düzeyleri bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bunlardan en önemlileri aşağıda ifade edilmektedir (Nagaraja ve Veerabhadrapa, 2018: 69; Kartal, 2013: 25):

- Kalifiye insan kaynağının gelişmiş bölgelere kayması sonucu diğer bölgelerde beşeri sermayeye olan ihtiyacın artması,
- İşsizlik probleminin artması,

- Düşük talep nedeniyle bölgede yeterli düzeyde endüstriyel faaliyetlerin oluşturulamaması,
- Az gelişmiş veya geri kalmış bölgelerde yüksek maliyetler nedeniyle altyapının geliştirilememesi,
- Az gelişmiş veya gelişmemiş bölgelerde eğitim, sağlık vb. faaliyetlerin istenen düzeyde iyileştirilememesi,
- Gelir dağılımında yaşanan adaletsizlik sonucu toplumun refah seviyesi ve yaşam kalitesinin düşmesi ve toplumsal huzurun bozulması,
- İş bulamama, düşük gelir vb. olumsuzluklar sonucu insanların hırsızlık, cinayet, intihar vb. girişimlerinde bulunması ve
- Gelişmiş bölgelerde nüfusun artması sonucu doğal çevrenin tahrip edilmesi ve kirlenmesi, trafiğin artması, plansız şehirleşme, yasa dışı konut yapımı ve altyapının yetersiz kalması gibi sorunların oluşmasıdır.

Bölgesel dengesizliği azaltmaya yönelik bazı politikaların dikkate alınması gerekmektedir. Bu çerçevede önemli olan politikalar literatürde şu şekilde ele alınmaktadır (Nagaraja ve Veerabhadrappe, 2018: 75-76; Yumei, 2008: 91-94):

- ***Geri kalmış bölgelerin belirlenmesi ve bu bölgelere fon tahsisi yapılması:*** Dengeli bölgesel kalkınma için, devlet geri kalmış bölgeleri tespit etmeye çalışmalı ve kaynak dağılımında bu bölgelere gereken özeni göstermelidir.
- ***Geri kalmış bölgelere yatırım yapılması:*** Özel kalkınma planları ve programları ile geri kalmış bölgelere öncelik verilmeli ve yatırımların bu bölgelere çekilmesi için kamu ve özel sektörün ilgi göstermesi sağlanmalıdır.
- ***Sorunsuz işleyen ve etkin bir yönetim sistemi:*** Herhangi bir ülkede kalkınmayı sağlamak için kaynakların çeşitli bölgelere dağıtılarak eşitsizliğin azaltılmasına yönelik etkin ve fonksiyonel bir yönetim sistemine sahip olunması önem arz etmektedir.

- **Güçlü bir siyasi irade:** Siyasi tercihler ve irade ekonomideki dengesizliklerin en aza indirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.
- **Teşviklerin sağlanması:** Temel olarak, herhangi bir bölgenin kalkınması için teşvikler sağlanmalıdır. Bu nedenle, hükümetler tarafından gelir vergisi imtiyazı ve çeşitli yatırım sübvansiyonları şeklindeki teşviklerin yanısıra geri kalmış bölgeler için yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesi gerekmektedir.
- **Bölgesel kurulların oluşturulması:** Hükümetlerin geri kalmış bölgelere özel ilgi göstermesi ve bölgesel sorunlarla mücadele için uzmanlardan oluşan bölgesel kurulların oluşturulması uygun olacaktır.
- **Fonların tahsisi:** Devlet tarafından oluşturulan çeşitli fonların geri kalmış bölgelere tahsis edilmesi için kurulan komisyonların önerileri doğrultusunda yerel yönetimlere büyük miktarda fon ayrılmalıdır.
- **Yerel yönetimlerin mali açıdan güçlendirilmesi:** Merkezi yönetim, yerel yönetimlere, yerel iktisadi sorunlarla mücadele hususunda daha fazla yetki kullandırılmalıdır.
- **Altyapı için ek fonların sağlanması:** Altyapı, ülkedeki sosyo-ekonomik gelişme için hayati öneme sahiptir. Bu nedenle, devlet geri kalmış bölgelerde büyümeyi kolaylaştırmak için temel altyapının oluşturulması amacıyla büyük miktarda fon ayırmalıdır.
- **Geri kalmış bölgelerde altyapı ve üstyapı tesislerinin yaygınlaştırılması:** Bölgeler arasındaki eşitsizliklerin giderilmesi için yol, kanalizasyon, terminal, okul, hastane ve diğer ulaşım vb. hizmetler mümkün olduğu ölçüde yaygınlaştırılmalıdır.
- **Geri kalmış alanları tespit etmeye yönelik çeşitli kriterlerin geliştirilmesi:** İnsani gelişme göstergeleri (eğitim seviyesi, bebek ölüm oranı, yetişkin ölüm oranı, yoksulluk vb.) dahil olmak üzere birkaç sosyo-ekonomik gösterge tanımlanmalıdır.

Yukarıda belirtilen ifadeler çerçevesinde literatür değerlendirildiğinde, Mor ve Devi (2017) yaptıkları çalışmada eğitim alanına yapılan yatırımların bölgesel eşitsizliği azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Fujita ve Hu (2001) ise yaptıkları çalışmada bölgesel kalkınma politikaları, küreselleşme ve ekonomik liberalleşmenin artan bölgesel eşitsizliğin azaltılmasına yönelik önemli etkisinin olduğunu ortaya koymuştur.

Yumei (2008: 90-94)'nin çalışmasında ise altyapı faktörünün bölgesel eşitsizliği veya dengesizliği gidermede en önemli faktör olduğu, fiziksel sermaye, endüstriyel yapı, kentleşme düzeyi ve bölge etkisinin ise diğer önemli faktörler olduğu tespit edilmiş, ancak beşeri sermaye ve yabancı yatırım gibi faktörlerin ise bölgesel eşitsizlik üzerinde daha az etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Benzer şekilde Wei, Yao ve Liu (2008) yaptıkları çalışmada bölgesel eşitsizliğin bir nedeni olan doğrudan yabancı yatırımların bölgelere göre eşit olmayan dağılımları nedeniyle bölgesel eşitsizliğe yol açtığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca bu bölgesel eşitsizliğin azaltılması için yabancı yatırımların teşvik edilerek geri kalmış bölgelere yönlendirilmesi gerektiği hususu vurgulanmıştır.

Nakamura (2008) yaptığı çalışmada endüstriyel aglomerasyonların bölgesel eşitsizliğe neden olduğunu tespit etmiş ve geri kalmış bölgelere yapılan kamu yatırımlarının ise bölgesel eşitsizliği azaltmaya katkıda bulunan faydalı bir politika olduğunu ortaya koymuştur. Sotarauta (2008) ise yaptığı çalışmada bölgesel kalkınmayı teşvik etmek açısından yetki ve liderliğin önemli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yukarıda ifade edildiği üzere birçok araştırmacı, çeşitli bölgesel yatırımlar, politika, plan veya programların önemine vurgu yapmakta, ayrıca sahip olunan yetkiler, benimsenen liderlik türü ve kaynak dağılımı gibi faktörlerin bölgelerarası eşitsizliği etkilediğini ifade etmektedir. Özellikle bu faktörler doğru ve etkili bir şekilde kullanıldığı takdirde, bölgesel eşitsizliği gidermek açısından olumlu sonuçların alınabildiği görülmektedir.

1.2.2. Kalkınmada Bölgelerarası Eşitsizliğin Nedenleri

Genellikle bölgesel eşitsizliğin veya dengesizliğin ortaya çıkmasının farklı gerekçeleri bulunmaktadır. Birçok alt faktörden oluşan bu gerekçeler; (1) sosyal nedenler, (2)

ekonomik nedenler ve (3) bölgesel nedenler olmak üzere üç farklı grupta toplamak mümkündür. Çalışmanın bu bölümünde eşitsizliği ortaya çıkaran temel nedenler detaylı olarak incelenmektedir.

1.2.2.1. Sosyal Nedenlerden Kaynaklanan Eşitsizlik

Bölgesel eşitsizliğe veya dengesizliğe neden olan sosyal alanla ilgili faktörler şu şekilde ifade edilmektedir (Kutscherauer vd., 2010: 17-35):

Sosyal alanla ilgili faktörler; nüfus, toplum ve yaşam kalitesi ile ilgilidir ve bunun etkileri gelirler (emeklilik maaşları dahil), sosyal imkanlar ve insanların yaşam seviyeleri üzerinde görülebilmektedir. Kısaca ifade edildiğinde, bir bölgenin kalkınmasını pozitif veya negatif yönde etkileyebilen bütün sosyal faktörleri kapsamaktadır. Bu faktörler ise şu şekilde özetlenebilir:

Nüfus: Bölge halkının yaşam seviyesi, eğitim düzeyi, sağlık, göç ve etnik yapı vb. özelliklerini içermektedir.

Sosyal altyapı: Bölgede sunulan sağlık hizmeti, eğitim sistemi, sosyal hizmetler, kültür ve barınma hizmetleri gibi unsurları kapsamaktadır.

Sosyal patoloji: Bölgede mevcut sosyal dışlanma, suçluluk oranı (güvenlik dahil) ve kaza oranı gibi faktörleri içermektedir.

1.2.2.2. Ekonomik Nedenlerden Kaynaklanan Eşitsizlik

Bölgesel eşitsizliğe veya dengesizliğe neden olan ekonomik alanla ilgili faktörler; ekonomi ve kalkınma potansiyelinin düzeyi ve etkileri ile ilişkilidir. Bu etkiler bölgesel çıktılarda ve istihdam düzeyinde görülebilmektedir. Ekonomik alan, bir bölgenin kalkınmasını pozitif veya negatif yönde etkileyebilen birtakım ekonomik faktörleri içermektedir. Bu faktörler aşağıda açıklanmaktadır (Kutscherauer vd., 2010: 17-35):

Ekonomik performans: Performans, verimlilik ve dış ticaret gibi unsurları içermektedir.

Ekonomik yapı: Üretimin sektörel yapısı (sanayi, tarım, hizmetler sektöründe), istihdamın yapısı, milli gelir dağılımı, teknoloji kullanım düzeyi ve ekonomik faaliyet alanları gibi faktörleri kapsamaktadır.

Kalkınma potansiyeli: Araştırma ve geliştirme (AR-GE) harcamaları, yabancı sermayenin bölgeye ilgisi ve yatırımların niteliği gibi unsurları kapsamaktadır.

İşgücü: Ekonomik olarak aktif nüfus, istihdam düzeyi, işsizlik ve işgücü hareketliliği gibi beşeri sermayenin özellikleri ile ilgilidir.

1.2.2.3. Bölgesel Özelliklerden Kaynaklanan Eşitsizlik

Bölgesel eşitsizliğe veya dengesizliğe neden olan ve bölgeyle ilgili başlıca faktörler; coğrafi, doğal ve teknik koşullar ile bunların ortaya çıkardığı etkilerdir. Bu etkiler mevcut pazar koşulları, eğitim düzeyi ve hizmetler ile altyapının niteliği ve yaşam kalitesi ile doğal çevrede kendini göstermektedir. Bölgesel alan, bölgenin kalkınmasını pozitif veya negatif yönde etkileyebilen bölgeye mahsus birtakım faktörleri içermektedir. Bu faktörler aşağıda değerlendirilmektedir (Kutscherauer vd., 2010: 17-35):

Fiziksel-coğrafi potansiyel: Maden kaynakları, iklim, yerleşim yapısı ve yoğunluğu ile yerel koşullar ve bölgenin lokasyonu gibi unsurları içermektedir.

Canlı ve doğal çevre: Hava, atıklar, su, doğa ve biyolojik çeşitlilik, ormanlar, peyzaj ve arazi faktörleri bu kategoride değerlendirilmektedir.

Trafik altyapısı: Karayolu, demiryolu, havayolu ve deniz yolu ile kanal (nehir) taşımacılığı ulaştırma sistemleri altyapısını içermektedir.

Teknik altyapı: Su temini, kanalizasyon ve atık su arıtma sistemi, güç kaynağı, bilgi ve telekomünikasyon teknolojileri ve turizm sektörü altyapısını içermektedir.

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere, sosyo-ekonomik ve bölgesel alanla ilgili faktörlerin çok çeşitli olması ve dengesiz dağılımı bölgelerarasında eşitsizliğe neden olmaktadır. Bölgelerarası kalkınmışlık düzeyindeki farklılıkları azaltmak maksadıyla bu faktörlerin dengeli bir şekilde dağılımını sağlamak oldukça önem arz etmektedir.

1.3. Bölgesel Kalkınma Politikaları

Bölgesel kalkınmanın sağlanması için bölgesel kalkınma politikalarının amaç ve hedeflerle uyumlu olarak belirli bir program ve plan dahilinde oluşturulması ve uygulamaya konulması büyük önem arz etmektedir.

Bölgelerin, rekabetin hızla arttığı bir dünyada ciddi zorluklarla karşı karşıya kaldıkları ve küresel ölçekte refah düzeylerini korumaları ve geliştirmelerinin zorunlu hale geldiği gözlenmektedir (Harmaakorpi ve Pekkarinen, 2003: 2-3). Bu durum bölgesel kalkınma politikalarının önemini ortaya koymaktadır. Bölgesel düzeyde politikalar, bölgelerin ekonomik ve sosyal yaşamına yönelik tüm tedbirleri kapsamaktadır. Bu nedenle, bölge düzeyinde politikaların oluşturulması ekonomik, sosyal ve kültürel yönleri çevreleyen çok geniş bir yelpazenin araçlarını içermektedir. Bölgesel politikaların amacı belirtilen bölgesel hedeflere ulaşmaktır. Sonuç olarak, bölgesel sorunlarla mücadele etmeye yönelik olmayan veya belirli hedeflere dayanmayan genel tedbirler, bölgesel politikalar olarak değerlendirilmemektedir (Choi, 1995: 24). Bölgesel kalkınma politikalarının temel amacı bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesini sağlamaktır (Baldıran ve Öztürk, 2016: 200). Tüm ülkeler az gelişmiş veya geri kalmış bölgelerini geliştirmek, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan kalkındırmak maksadıyla bölgesel kalkınma politikaları uygulamaktadır (Gözüela, 2018: 22). Bölgesel kalkınma politikalarının öneminin artmasına neden olan faktörler ise şunlardır (Durgun, 2006: 46):

- Küreselleşme,
- Yerel düzeyde belirli alanların veya bölgelerin değer kazanması,
- Yeni bölgelerin ilgi odağı olması ve
- Ülke geneli için düşünülen makro politikaların nispeten önemini kaybetmesidir.

Bölgesel kalkınma politikaları, yaklaşım tarzı ve uygulama biçimine göre klasik/eski ve yeni/modern bölgesel politikalar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. 1950 yılından 1980'li yıllara kadar uygulanan bölgesel kalkınma politikalar klasik/eski paradigmlar çerçevesinde hazırlanan politiklardır. 1980'li yıllardan itibaren günümüze kadar uygulanan bölgesel kalkınma politikaları ise yeni/modern paradigmlar doğrultusunda hazırlanan politikalar olarak ifade edilmektedir (Vanthillo ve Verhetsel, 2012: 2-12;

Bachtler ve Yuill, 2001; OECD, 2010: 11-13). Bölgesel kalkınma politikalarını etkileyen eski ve yeni paradigmlar çerçevesinde uygulanan bölgesel politikaların özellikleri aşağıdaki tabloda (Tablo 1) gösterilmektedir.

Tablo 1. Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yönelik Paradigmaların Değişimi

Kriterler	Klasik/Eski Paradigmalar	Yeni/Modern Paradigmalar
1) Teoriler	Endüstriyel konum teorileri (Kitlesele üretim yapan bölgeleri ifade etmektedir), Kilit faktörler bölgesel özelliklerdir. Örneğin; üretim maliyetleri ve işgücünün bölgede mevcut olması.	Öğrenme bölgesi teorileri (Yenilik ve kalkınma kaynağı olarak bilgi üreten, paylaşan ve öğrenen bölgeleri ifade etmektedir) Kilit faktörler bölgesel kapasitelerdir. Örneğin; yenilikçi çevre veya toplum, kümeler ve networkler.
2) Politika Özellikleri		
• Amaçlar	Eşitlik veya verimlilik (Dengeli bölgesel kalkınma yoluyla)	Eşitlik ve verimlilik
• Hedefler	İstihdam yaratma, Yatırımları artırma	Rekabeti artırma (Örneğin; girişimcilik, yenilikçilik, beceriler).
• Etki Alanı	Dar (Ekonomik/Endüstriyel)	Geniş (Çok sektörlü)
• İşleyiş Şekli	Reaktif, Proje Tabanlı	Proaktif, Planlı, Stratejik
3) Politikaların Niteliği		
• Mekansal Odak	Problemlili bölgeler	Tüm bölgeler
• Analitik Taban/Analiz Yöntemi	Bölge göstergeleri, Bölgesel ihracat	Bölgesel SWOT analizi
• Anahtar Enstrüman	Teşvik planı	Kalkınma programı
• Yardım	İş/Ticaret yardımı, Yoğun altyapı yardımları	İş çevresi, Hafif düzeyde altyapı yardımları
4) Organizasyon		
• Politika Geliştirme	Yukarıdan aşağıya/merkezi	Ortaklaşa/anlaşmalı
• Lider Kuruluş	Merkezi yönetim	Bölgesel otoriteler
• Ortaklar	Yok	Yerel yönetim, Kar amacı gütmeyen kuruluşlar (gönüllü sektör), Sosyal ortaklar
• Yönetim	Basit/Rasyonel	Bürokratik/Kompleks
• Proje Seçimi	İçselleştirilmiş (alışılmış)	Katılımcı
• Zaman Ölçeği	Sınırlandırılmamış	Uzun dönemli planlama
5) Değerlendirme		
• Aşamalar	Gerçekleştirilecek aşamalar önceden planlanmaz (<i>ex post</i>) ve aşamalar gerçekleştikten sonra değerlendirilir	Gerçekleştirilecek aşamalar önceden planlanır (<i>ex ante</i>) ve değerlendirilir, ayrıca uygulamalar gerçekleştirilirken ve gerçekleştirildikten sonra da değerlendirmeler yapılır
• Çıktılar	Ölçülebilir	Ölçülmesi zordur

Kaynak: (Halkier, Danson ve Damborg, 1998; Bachtler ve Yuill, 2001: 12; Yan, 2002: 36; Ferry ve McMaster, 2013: 1510; Vanthillo ve Verhetsel, 2012: 5; OECD, 2010: 13)'dan uyarlanmıştır.

Tablo 1'e göre klasik bölgesel kalkınma politikaları endüstriyel konum teorilerini benimseyerek kitlesel üretim yöntemini tercih etmekte, modern bölgesel kalkınma politikaları ise öğrenme bölgesi teorilerini benimsemek suretiyle bilgi üreten ve paylaşan yenilikçi ve rekabetçi üretim yöntemini tercih etmektedir. Klasik bölgesel kalkınma politikaları istihdamı ve yatırımları artırmayı hedeflerken, modern politikalar ise rekabeti, girişimciliği ve yenilikçi politikaları desteklemeyi hedeflemektedir. Etki alanı dar olan klasik kalkınma politikaları reaktif bir şekilde işlev görmekte, etki alanı geniş olan modern kalkınma politikaları ise proaktif bir şekilde uygulanmaktadır. Klasik politikalar sorunlu bölgelere odaklanmakta, modern politikalar ise seçilmiş bölgelere müdahale etmek yerine, tüm bölgelerde kalkınmayı teşvik etmekte ve idari sınırları aşan sosyo-ekonomik süreçleri sürdürme hususunda girişimlerin giderek daha fazla artmasına neden olmaktadır. Klasik kalkınma politikaları, teşvik planı, modern kalkınma politikaları ise kalkınma programları oluşturmaktadır. İçselleştirilmiş (alışılmış) ve basit olan klasik kalkınma politikaları merkezi yönetim tarafından geliştirilirken, bürokratik ve katılımcı olan modern kalkınma politikaları ise bölgesel otoriteler tarafından geliştirilmektedir. Sonuçları ölçülebilen klasik kalkınma politikaları, planlı değilken, modern kalkınma politikaları planlıdır. Ancak uygulanan politika sonuçlarını ölçmek kolay olmamaktadır. Klasik ve modern kalkınma politikalarının ortak özellikleri arasında eşitlik ve verimliliği amaçlamaları ile ticaret ve altyapı yardımı sağlamaları gibi hususlar yer almaktadır (Vanthillo ve Verhetsel, 2012: 4-8; Bachtler ve Yuill, 2001: 6-12; Ferry ve McMaster, 2013: 1509-1511). Bu bağlamda modern kalkınma politikaları klasik politikalara göre daha demokratik, katılımcı, kapsamlı, yenilikçi, proaktif ve geleceğe odaklıdır.

Bölgesel kalkınma politikalarının gelecekte başarılı olabilmesi için bazı özelliklerin üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Bu özellikler ise şunlardır; (1) merkezi hükümetlerden gelen fon akışlarına olan bağımlılıkları en aza indiren programlar oluşturmak, (2) özel sektörün katılımını sağlamak ve kaynaklarından yararlanmak, (3) yerel ve bölgesel otoriteler ile üniversiteler veya araştırma enstitüleri gibi diğer önemli aktörlerle çalışma ortaklığı sağlamak ve (4) araştırmaya dayalı olmak, katma değer yaratmayı sürdürebilme kapasitesine sahip olmak ve uzun vadeli destekleyici müdahaleler de bulunmaktır (Walburn ve Saublens, 2011: 480).

1.4. Türkiye’de Kalkınma Politikaları

Türkiye’de ulusal ölçekte ve bölgesel kalkınma kapsamında birçok plan, politika ve program yürürlüğe konulmuştur. Bu plan, program ve politikaların hazırlanma zamanına göre planlı dönem öncesi (1923-1960) ve planlı dönem (1963-1980 ve sonrası dönem) olmak üzere ulusal literatürde genelde iki kategoride değerlendirildiği görülmektedir.

1.4.1. Planlı Dönem Öncesi (1923-1960)

Planlı dönem öncesi kalkınma politikaları 1923 ile 1960 arası yılları kapsamaktadır. Bu dönemde ülkenin bütün olarak kalkındırılması hedeflenmiş, altyapı ve ulaşımındaki eksikliklerin giderilmesine önem verilmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında bu çerçevede özellikle demiryolu yapımı hız kazanmıştır. Ayrıca devlet eliyle kalkınma politikaları çerçevesinde sanayi sektörünü kapsayan planlar 1930’lu yıllardan itibaren yürürlüğe konulmuş ve KİT’ler önemli bir kalkınma politikası aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1950 yılından itibaren liberal döneme geçilmiş ve bu çerçevede özel sektör desteklenmiştir. Bu dönemin sonlarına doğru kalkınma politikaları geliştirilemediği için ve dünyada gelişmekte olan ülkeler için planlı kalkınma politikalarının yaygın hale gelmesi nedeniyle 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuş ve sonrasında 1963 yılından itibaren planlı döneme geçilmiştir (Gözüela, 2018: 24-25).

1.4.2. Planlı Dönem (1963-1980 ve Sonrası Dönem)

Planlı dönem olarak adlandırılan 1963 yılından sonraki dönemde bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi ve gelişmemiş bölgelerin kalkındırılması amacıyla birtakım plan, politika ve programlar oluşturulmuştur. Bu plan, politika ve programlarda kalkınmada etkili bir araç olan turizm sektörüne de kısmen yer verilmiştir. Bu çerçevede kalkınma planları ve programları genel olarak incelenmiş, daha sonra ise turizm sektörünün kalkınma aracı olarak değerlendirilmesine yönelik amaçlar, hedefler ve politikalar ele alınmıştır.

Tablo 2. Turizm Sektörünü Kapsayan Kalkınma Planları ve Programları

1. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)
2. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)
3. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)
4. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)
5. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989):
6. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)
7. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)
8. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)
9. Kalkınma Planı (2007-2013)
2008-2010 Dönemi Yatırım Programı
10. Kalkınma Planı (2014-2018)
2019-2021 Dönemi Yatırım Programı
11. Kalkınma Planı (2019-2023)
2020-2022 Dönemi Yatırım Programı
2023 Türkiye Turizm Stratejisi

Kaynak: (DPT, 1963; DPT, 1968; DPT, 1973; DPT, 1979; DPT, 1985; DPT, 1990; DPT, 1996; DPT, 2001; DPT, 2007; DPT, 2008; Kalkınma Bakanlığı, 2014; Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2018; Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019; Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2020; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007)’den uyarlanmıştır.

Tablo 2’de gösterilen ve hem genel olarak hem de turizm sektörü açısından incelenen kalkınma planları, programları ve stratejileri içerisinde turizm sektörü önemli bir kalkınma aracı olarak değerlendirilmiştir. Hem ulusal hem de bölgesel kalkınmanın sağlanmasına yönelik turizm sektörü kapsamında birtakım amaçlar, hedefler ve politikalar belirlenmiştir. Özellikle 1985 yılına kadar olan dönemdeki planlarda ilk olarak turizmden elde edilen gelirleri artırmak için turizm potansiyeli yüksek bölgelere yatırım yapılması ve kitle turizmine yoğunlaşılması görüşü benimsenmiş, ancak dönemin sonlarına doğru kitle turizminin yanında bireysel turizm türlerinin de değerlendirilmesi gündeme gelmiştir. Yine bu dönem kalkınma planları çerçevesinde turizm sektörüne yol göstermek, gerekli kalifiye elemanların ve yöneticilerin yetişmesine imkan sağlamak amacıyla ülkenin birçok yöresinde kamu sermayeli turizm tesisleri kurulmuştur. Nitekim ilerleyen yıllarda bu tesisler özel sektör için adeta yetiştikleri bir “ocak” görevi üstlenmiştir. Bu tesislere 1960’lı yıllardan itibaren Erciyes, Ürgüp, Akçay, Kilyos ve diğer bölgelerde kurulmaya başlayan TURBAN tesisleri örnek verilebilir. Ayrıca Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nin kalkınmasına yönelik özellikle tarımsal arazinin sulanması üzerinden tarımsal üretimin artırılmasını hedefleyen GAP projesine ilk defa bu yıllarda başlanmıştır. 1985 yılından 2023 yılına kadar olan dönem

için oluşturulan planlarda ise ilk zamanlarda kitle turizminin yanında tarih turizmi, kültür turizmi, kış turizmi, av turizmi, kongre turizmi, spor amaçlı turizm, festival turizmi, üçüncü yaş turizmi, gençlik turizmi, termal turizm, sağlık turizmi vb. turizm türlerini geliştirmek amaçlanmıştır, dönemin ortalarında katma değeri yüksek olan turizm türleri teşvik edilmeye başlanmış ve golf turizmi, yat turizmi, kruvaziyer turizmi, dağ ve yayla turizmi, karavan turizmi ve eğlence turizmi gibi turizm türlerini potansiyel olan bölgelerde geliştirmek amaçlanmıştır, dönemin sonlarına doğru ise çevreye duyarlı turizm türlerine, özellikle ekoturizm ve sürdürülebilir turizme odaklanılmış, aynı zamanda yüksek turizm geliri sağlayan golf turizmi, sağlık turizmi, gastronomi turizmi, düğün turizmi, agro turizm, inanç turizmi, kruvaziyer turizmi, spor turizmi ve eğlence turizmi gibi turizm türlerini geliştirmek amaçlanmıştır. Bu planlarda turizmi çeşitlendirmedeki amaç turizmi tüm bölgelere yaymak, kırsal bölgelerin kalkınmasını sağlamak, turizmden tüm yıl yararlanmak, turizm talebini ve gelirlerini artırmak, döviz girdisini artırarak ödemeler bilançosundaki açığın kapanmasına yardımcı olmak ve tüm bölgelerin kalkınmasını sağlamak gibi politikalar benimsenmiş ve bu doğrultuda çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. 2019 yılından sonra hedeflenen dönem ise aşağıda daha geniş bir şekilde incelenmiştir.

11. Kalkınma Planı (2019-2023): Bu plana makro açıdan bakıldığında işsizliği azaltmak, refahı artırmak, gelir düzeyini yükseltmek, GSYİH'yi artırmak, endüstrileşmeye, üretime, ihracata ve yatırıma ağırlık vermek, kırsal bölgelerin refah seviyesini artırmak, kaliteli eğitim, sağlık ve hukuk hizmeti sağlamak ve cari açığın azalmasına yardımcı olmak amaçlanmıştır. Turizm sektörü açısından bakıldığında ise turizm gelirlerinin artırılarak ödemeler dengesine katkı sağlanması, turizmin çeşitlendirilmesi, turizm yatırımlarının artırılması ve desteklenmesi, turizm tanıtımına ağırlık verilmesi, turizm sektöründe hizmet kalitesinin artırılması, sektörde girişimciliğin teşvik edilmesi, yüksek gelir sağlayan turizm çeşitlerine odaklanması ve bu doğrultuda yatırımların yapılmasının amaçlandığı görülmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

2023 Türkiye Turizm Stratejisi: Kalkınma planları ile uyum içerisinde hazırlanan bu strateji kapsamında turizmi çeşitlendirmek, turizm potansiyeli yüksek bölgelerde turizm türlerini geliştirerek bölgeye gelen yatırımları artırmak, altyapıyı iyileştirmek, tanıtım ve pazarlamayı artırmak, ulaşım sistemlerini geliştirmek, turizm faaliyetleri ile

ekonomik ve sosyal kalkınmaya yardımcı olmak, az gelişmiş veya gelişmemiş bölgelerin kalkınmasını sağlamak ve turizmi bölgesel kalkınmada bir araç olarak kullanmak amaçlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

1.5. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Araçları

Bütün ülkeler bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarını, dengesizlikleri veya eşitsizlikleri gidererek ulusal kalkınmayı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu dengesizliklerin veya eşitsizliklerin ortadan kaldırılması için çözüm odaklı uygulamalar önem arz etmektedir (Stilwell, 1972: 7-15). Bölgelerarası dengesizlik veya eşitsizliklerin ortadan kaldırılması, bölgenin ekonomik, sosyo-kültürel vb. açılardan kalkınmasının sağlanması ve toplumun yaşam standartlarının iyileştirilmesi için bölgesel kalkınma politikalarının oluşturularak uygulamaya konulması gerekmektedir. Bu bölümde bölgesel kalkınma politikaları çerçevesinde kullanılan araçlar ele alınmaktadır.

1.5.1. Teşvikler

Kalkınmakta olan bölgeler yatırımcı, girişimci vb. aktörleri çekerek bölgenin potansiyelinin kullanılması ve bölgenin avantajlı hale getirilmesi için vergi indirimi, yatırım desteği ve arazi tahsis gibi bazı teşviklerin uygulanması gerekmektedir (Koç, 2015: 17). Bu teşvikler sayesinde bölgeye olan yatırımların artarak bölgede altyapı ve üstyapının gelişmesi, istihdam sağlanması, ek gelir vb. fırsatların oluşması ile bölgenin kalkınması hız kazanmaktadır. Çoğu ülkede en cömert teşvikler en dezavantajlı bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu teşviklerden beklenen faydalar ise sürekli istihdam oluşturmak, istikrarın sağlanması, refahın artırılması, bölgesel eşitsizliklerin azaltılması, yatırımların ve girişimciliğin artırılması, üretimin ve verimliliğin artırılması olarak belirtilmektedir (Cohen ve LeGoff, 1987: 150). Genel olarak bu teşvikler şu şekilde sıralanabilir (Cohen ve LeGoff, 1987: 150; Bradshaw ve Blakely, 1999: 230-242; Pike, Rodriguez-Pose ve Tomaney, 2006: 50):

- Krediler (düşük faizli, uzun vadeli vb.),
- Yatırım fonları,
- Hibeler,
- Döviz tahsis,

- Enerji desteği,
- Vergi imtiyazları veya indirimleri,
- Teşvik fonları/destekleri,
- İstihdam teşviki,
- Kaynak tahsisi,
- Düşük maliyetli hammadde,
- Hukuki düzenlemeler (yasal kolaylıklar),
- Sübvansiyonlar,
- Tanıtım, reklam vb. destekler,
- Teknoloji, nitelikli insan kaynağı vb. destekler,
- Materyal desteği,
- Altyapı yardımı,
- İşgücü eğitimi,
- Temsilcilik hizmetleri,
- Bilgi veya enformasyon desteği,
- Rehberlik veya danışmanlık hizmeti ve
- Diğer maddi veya manevi teşvikler, destekler ve yardımlar.

Yukarıda belirtilen teşviklerin turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya yardımcı olması amacıyla birçok ülkede farklı boyutlarıyla kullanıldığı ifade edilebilir. Turizm odaklı bölgesel kalkınmanın en önemli araçlarından birinin kuşkusuz teşvikler olduğu ileri sürülebilir.

1.5.2. Bölgesel Kalkınma Ajansları

Bölgesel kalkınma ajansları genel ve sektörel sorunları tanımlayan, bu sorunları çözmek için yöntemler ve fırsatlar kullanan ve farklı projeleri teşvik eden organizasyon yapılarıdır (EURADA, 1998). Bölgesel kalkınma ajansına 18 Mayıs 1933 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulan ve dünyadaki ilk bölgesel kalkınma ajansı olan

“Tennessee Valley Authority (TVA)” örnek olarak verilebilir (Federal Register, 2019; Johnson, 2015: 142-143).

Bölgesel kalkınma ajanslarının kurulmasının en önemli amaçları bölgesel düzeyde kalkınma stratejileri uygulamak, yerel ve bölgesel girişimciliği desteklemek, altyapı hizmetlerini iyileştirmeye yardımcı olmak, özel sektörün geleceği açısından yerel-bölgesel çözümleri araştırmak ve bölgesel talepleri karşılamaya yönelik yeni ürün ve hizmetlerin üretimi için finansal teminat ve çözümleri araştırmaktır (Toktas, Botoc, Kunu ve Prozan, 2018: 255). Bölgesel kalkınma ajanslarının belirlediği amaçlara ve hedeflere başarılı bir şekilde ulaşabilmesi için bazı işlevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Bu işlevler şunlardır (Ward, Lowe ve Bridges, 2003: 207; Polat ve Özdemir Yılmaz, 2014: 141-142):

- Bölgesel kalkınma stratejileri geliştirmek,
- Bölgenin sahip olduğu potansiyeli (örneğin: turizm) harekete geçirecek uygulamalar gerçekleştirmek,
- Bölgenin tanıtım, reklam ve pazarlamasını yapmak,
- Bölgeyi yatırımcılar için cazip hale getirerek yatırım yapılmasını sağlamak,
- Maddi desteklerin kullanımını teşvik etmek,
- İnovasyon ve teknoloji düzeyini artırmak, bilgi transferini sağlamak ve kümelenmeyi geliştirmek için girişimlerde bulunmak,
- Girişimcileri ve yatırımcıları teşvik etmek,
- Bölgenin yatırımlara hazır hale gelmesi için altyapının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak,
- Danışmanlık, enformasyon, eğitim vb. beceri geliştirme hizmetlerinde bulunmak ve
- Resmi ve özel kurumlar veya kuruluşlarla kişiler arasında koordinasyon ve işbirliğini sağlamak.

Türkiye’de bulunan bölgesel kalkınma ajanslarının bölgenin sahip olduğu turizm çekiciliklerini tespit etme ve yeni projeler ile turizm yatırımlarının bölgeye çekilmesi

hususunda önemli katkılar sağladıkları gözlenmektedir. Bu çerçevede Kayseri, Sivas ve Yozgat illerini içine alan ORAN (Orta Anadolu) Kalkınma Ajansı'nın bölgesel kalkınmayı sağlamak amacıyla ve zaman zaman turizm sektörünü kapsayan çeşitli girişimlere önderlik ettiğinin altı çizilmelidir.

1.5.3. Devlet Tarafından Yapılan Yatırımlar

Geri kalmış bölgelerin potansiyelinin kullanılarak geliştirilmesi ve gelişmiş bölgeler ile arasındaki farklılıkların veya eşitsizliklerin azaltılması için devlet tarafından yatırımların yapılması büyük önem arz etmektedir. Devlet tarafından az gelişmiş veya gelişmemiş bölgelere yapılan altyapı ve üstyapı yatırımları, nitelikli insan kaynağının temin edilmesi, ekonomik, sosyal ve teknolojik açıdan yapılan her türlü yatırımlar istihdam fırsatları oluşturmakta, toplumun yaşam standardını iyileştirmekte ve bölgenin sosyo-ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlamaktadır (Durmaz, 2019: 26). Ayrıca devlet yatırımları özel sektör için örnek teşkil etmekte ve özel sektör yatırımları ve girişimlerini özendirilmektedir. Böylece devletin önderliğinde özel sektör yatırımları ilgili bölgeye yönlendirilmekte ve bölge avantajlı konuma ulaşmaktadır. Pirili (2011) yaptığı çalışmada kamu yatırımları ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemiş ve kamu yatırımlarının bölgelerarası farklılıkları giderdiği ve bölgesel kalkınmaya önemli derecede katkıda bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Eberts (1986) ise yaptığı çalışmada kamu yatırımlarının üretim ve istihdamı etkilediğini ve ayrıca bölgelerarası farklılıkların kamu yatırımlarından etkilendiğini ortaya koymuştur. De la Fuente, Vives, Dolado ve Faini (1995) yaptıkları çalışmada kamu yatırımlarının bölgesel eşitsizliği azalttığını ortaya koymuşlar ve devlet tarafından yapılan yatırımların eşitsizliği azaltmak için önemli bir araç olarak kullanılabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Belirtilen araştırmalardan da anlaşılacağı üzere, devlet tarafından yapılan yatırımlar bölgelerarası farklılıkları gidererek bölgesel eşitsizliği önemli ölçüde azaltmaktadır. Bu bağlamda bölgelerarası eşitsizliği gidermek için geri kalmış bölgelere devlet tarafından yatırımların (özellikle turizm alanında) yapılması büyük önem arz etmektedir.

1.5.4. Bölgesel Planlama

Bölgesel planlama, kentsel ve doğal ortamların yönetimine daha geniş ve daha bütünsel bir şekilde odaklanmayı sağlayan ve geniş etkileri olan kentsel ve çevresel sorunları konu edinen stratejik bir yaklaşımdır (Lord ve Tewdwr-Jones, 2015: 129). Bölgesel

planlama, mekansal olarak sınırlanmış bir alanın ekonomik, sosyal ve fiziksel kaynaklarının bir bütün olarak yönetimi şeklinde tanımlanabilir (Johnson, 2015: 141). Bölgesel planlama, hızlı kentleşme sürecinin getirdiği zorlukları yönetme ve bölgelerarası eşitsizlikleri azaltma eğilimindedir (Wong, 2015: 135). Bölgesel planlama, bölgelerarası dengesizlik, eşitsizlik veya farklılıkların giderilmesini amaçlamakta ve doğal, beşeri, teknolojik, ekonomik, sosyal ve fiziksel açılardan kaynakların bölgelerarasında adil ve dengeli bir şekilde dağılmasını sağlamaktadır. Ayrıca bölgesel planlamaya paralel olarak oluşturulan kalkınma planları, programları veya politikaları daha verimli sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (DPT, 2000: 10). Bölgesel planlamanın üstlendiği bazı roller bulunmaktadır. Bunlar ise şu şekilde sıralanmaktadır (Kunzmann, 2016: 58):

- Politika oluşturan kişilere bölge hakkında bilgi sağlamak,
- Altyapının geliştirilmesi için yön göstermek ve zemin hazırlamak,
- Bölgesel vizyonlar oluşturmak,
- Bölgesel kaynakları ve çevreyi korumak,
- Koordinasyonu sağlamak,
- Yerel ve bölgesel kurumları güçlendirmek,
- Bölgesel bilgiyi yönetmek,
- Bölgesel değişimi gözlemlemek veya kontrol etmek ve
- Toplumu bölgesel iletişim sürecine dahil etmek/halkın katılımını sağlamak.

Bu çerçevede turizm sektörünün bölgesel düzeyde gelişimine yönelik olarak bölgesel planlamanın yapılması ve uygulanmaya konulması hususunun oldukça önemli olduğu ifade edilebilir.

1.5.5. Endüstriyel Aglomerasyonlar (Yoğunlaşmalar)

Az gelişmiş bölgelere yoğunlaşan endüstriyel yığılmalar bölgesel kalkınmayı hızlandırmakta ve bölgelerarası eşitsizliği ortadan kaldırmaktadır (Chen, Jin ve Lu, 2008). Fan ve Scott (2003) yaptıkları çalışmada endüstriyel yoğunlaşmaların veya toplu endüstri merkezlerinin bölgesel kalkınmanın sağlanmasında etkili bir araç olduğunu

ortaya koymuş ve bu endüstriyel merkezlerin üretimleri ile bölge ekonomisinin performansının arttığı belirlenmiştir.

Bölgesel endüstri toplulukları gerçekleştirdikleri üretimlerle uluslararası alanda rekabet gücü elde eden önemli örneklerdir. Bu topluluklar sayesinde bölgelerin de rekabet gücü artmakta ve kalkınma için gerekli faktörler sağlanmaktadır (DPT, 2000: 164-165). Bölgesel endüstri aglomerasyonlarının başarılı olabilmesi için gereken bazı unsurlar vardır. Bunlar şu şekilde açıklanmaktadır (DPT, 2000: 165):

- İşletmelerarası ve işletmeler ile çalışanlar arası karşılıklı itimat ve işbirliği,
- Geçmişten gelen girişimcilik, yetenek, tecrübe ve bilgi birikimi ile yerel işletmelerin kurulması ve yönetilmesi,
- Nitelikli insan kaynağının daha kolay temin edilmesi imkanını sağlaması,
- Kooperatifçi anlayışla hareket edilmesi,
- Bilgi paylaşımı,
- Teknolojik kaynakların temin edilebilmesi ve
- Diğer kaynakların daha kolay bulunması.

Yukarıda belirtilen ifadelerden de anlaşılacağı üzere, bölgesel endüstri toplulukları bulundukları bölgede istihdam yaratmakta, altyapının gelişmesine katkıda bulunmakta ve üretim faaliyetlerini artırarak bölgenin sosyo-ekonomik kalkınmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu endüstriyel toplulukların bölgedeki diğer sektörlerle bağlantılı veya ilişki içerisinde olduğu düşünüldüğünde, turizm sektörünün de bu endüstri topluluklarından fayda elde ettiği söylenebilir.

1.5.6. Bilim ve Teknoloji Parkları

Teknoloji faktörü endüstri topluluklarının yarattığı katma değer belirlenmesi hususunda etkili olmaktadır. Endüstri topluluklarının oluşturulmasının yanı sıra teknolojik unsurların da geliştirilmesi inovasyona ve teknolojiye bağlı endüstrinin gelişimini desteklemektedir (DPT, 2000: 166-167). Teknolojinin geliştirilmesi inovatif endüstriyel üretim açısından büyük önem taşımaktadır. Buradan hareketle yeni teknoloji veya diğer bir ifade ile inovatif bilgi üreten bilim ve teknoloji parklarının endüstriyel

aglomerasyonları desteklediği ifade edilebilir. Ayrıca bilim ve teknoloji parkları ile endüstriyel aglomerasyonların birbirini tamamladıkları gözlenmektedir.

Kelessidis (1998) yaptığı çalışmada bilim ve teknoloji parklarının bölgesel endüstri topluluklarının rekabet edebilirliğini artırdığını ve endüstriyel dokunun ve mevcut teknoloji arzının açık ve örtülü ihtiyaçları göz önünde bulundurarak, aracı hizmetler sağladığı ve teknolojik yenilik arayışı içindeki bölgesel endüstriyi desteklemeyi amaçladığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca belirtilen çalışmada bilim ve teknoloji parklarının (1) bölgedeki işletmelerin teknoloji ve inovasyon kapasitelerini geliştirme, (2) teknoloji transferi için entegre hizmetler sunma, (3) endüstri için yenilikçiliğin önündeki büyük engelleri (finansman, teknolojik bilgi) aşma, (4) araştırma topluluğunun ihtiyaçlarını endüstrinin gereksinimlerine uyarlamak için katalizör etki oluşturma ve (5) etkin ağ oluşturma yoluyla iş ortaklıkları kurulmasına yardımcı olmayı amaçladığı tespit edilmiştir. Hu (2007) ise çalışmasında bilim ve teknoloji parklarının bölgesel eşitsizliği azalttığını tespit etmiştir.

Bilim ve teknoloji parklarının bazı faydaları ve tanımlayıcı çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Dobrosavljevic ve Zivkovic, 2018: 216; Soenarso, Nugraha ve Listyaningrum, 2013: 37):

- Bilim ve teknoloji parkları, inovasyon kültürünün ilgili işletmeler ve bilgi tabanlı kurumlar tarafından benimsenerek rekabetçi olmalarını teşvik etmeyi amaçlayan ve böylece toplumun refah düzeyini artırmaya çalışan bir organizasyondur,
- Üniversiteler, Ar-Ge kurumları, işletmeler ve pazarlar arasındaki bilgi ve teknoloji akışını teşvik eder ve yönetirler,
- İnovasyona dayalı eşzamanlı üretim ve tasarlama süreçlerinin oluşturulmasına ve büyümesine olanak sağlarlar,
- Yüksek kaliteli alan ve tesisler ile birlikte, diğer katma değeri yüksek hizmetler sunarlar,
- Üniversiteler ve farklı endüstriler arasındaki iletişimi kolaylaştırırlar ve
- İnovasyon, yaratıcılık ve kalite kültürünü geliştiren ortamlar sağlarlar.

Rekabet koşullarının gittikçe zorlaştığı günümüzde inovatif üretim yapabilmek için teknolojik bilginin sürekli yeniden üretilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede bilim ve teknoloji parklarının önemi ortaya çıkmaktadır. Bilim ve teknoloji parkları ile endüstri topluluklarının birbirleri ile işbirliği ve koordinasyon içinde çalışması endüstri topluluklarının inovatif üretim yapması ve gelişmesini sağlamak açısından oldukça önemlidir. Bilim ve teknoloji parkları bünyesinde turizm odaklı işletmelerin de yer alması bölgede istihdamın artırılması, altyapının iyileştirmesi, refahın düzeyinin artırılması, sosyo-ekonomik gelişmenin sağlanması ve bölgesel dengesizliğin azaltılması açısından büyük önem arz etmektedir.

1.6. Bölgesel Kalkınmanın Bir Aracı Olarak Turizm Sektörü

Bu bölümde turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişki ele alınmış ve sektörün bölgesel kalkınmanın sağlanmasında bir araç olarak nasıl kullanıldığı değerlendirilmiştir. Turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki önemi ve rolü, sektörün etkileri açısından farklı boyutlarıyla ve geniş bir perspektifle (Bkz.) Bölüm 2.1.'de incelenmiştir.

Turizm sektörü son yıllarda dünyanın sosyo-ekonomik açıdan en etkili sektörlerinden biri haline dönüşmüştür. Kalkınma stratejilerinin ayrılmaz bir unsuru olan turizm faaliyetleri, ekonomi için giderek daha hayati bir öneme sahip olmaya başlamış, istihdam, gelir ve döviz geliri sağlamanın yanında, dünyadaki daha gelişmiş ülkelerden sermaye çekmek için bir alternatif haline gelmiştir (Telfer ve Sharpley, 2008: 1-2). Turizm destinasyonlarında konaklama, ulaşım ve yiyecek-içecek hizmetleri ile perakende, eğlence ve eğitim hizmetlerinin yanında kültür veya çevreyle ilgili hizmetleri de içeren çok çeşitli aktiviteler gerçekleştirilmektedir. Çoğu zaman bu ürün ve hizmetler ile ilgili tesisler ve altyapı hizmetleri hem yerli halk hem de turistler tarafından kullanılmaktadır (Romao, 2018: 12-13).

Turizm faaliyetleri başarılı bir kalkınma politikasının aracı olarak, kapsayıcı ekonomik büyümeyi teşvik etmekte, iş fırsatları yaratmakta, yatırımları çekmekte, yoksulluğu azaltmakta, yerel toplulukların geçimini sağlamakta, kadınların ve gençlerin iktisadi açıdan güçlendirilmesini teşvik etmekte, kültürel mirasın, karasal ve deniz ekosistemlerin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını sağlamakta, iklim değişikliğine karşı mücadeleyi desteklemekte ve sonuçta toplumların sürdürülebilirliği sağlamalarına

katkıda bulunmaktadır (UNWTO, 2017). Turizm sektörü, bölge ve ülkelerin amaçlarını gerçekleştirmeleri açısından önemli bir stratejik rol oynamaktadır (Baerenholdt, 2009).

Tüm ülkelerin ulusal ekonomisinde önemli bir yeri olan turizm sektörü, sadece ekonomik büyüme ve istihdam yaratma açılarından değil, aynı zamanda toplumsal istikrarın ilerletilmesi, sosyal kalkınmanın geliştirilmesi ve bir ulusun kültürel mirasının korunması için bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle, turizm birçok ülke için sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir role sahiptir. Kalkınmışlık düzeyinden bağımsız olarak, son yıllarda tüm ülkeler turizme büyük önem vermeye başlamışlardır. Turizm sektörü küresel ticaretin önemli sayılabilecek bir kısmını teşkil ettiğinden, kalkınma için önemli bir faaliyet olarak öne çıkmaktadır. Turizm sektörünün sosyal ve ekonomik etkilerinin sürdürülebilirlik çerçevesinde sağlanması ile birlikte olumlu yönde artarak devam edeceği düşüncesi hakimdir (Urban Strategy Partners, 2017: 4-29). Bu nedenle turizmin gelişmesi, genel ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ve aynı zamanda sürdürülebilirlik çerçevesinde gerçekleşmelidir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin giderek artan bir şekilde “az gelişmiş” bölgelerinde bölgesel kalkınmayı başlatmak amacıyla turizm sektörüne yöneldikleri gözlenmektedir (Torres ve Momsen, 2005: 260). Turizm faaliyetleri, bölgesel kalkınmanın teşvik edilmesi, bölgesel eşitsizliklerin azaltılması ve ekonomik büyümenin sağlanması için uygulanabilir bir yöntem ve stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır (Shone, 2008). Turizm sektörü çoğu yerel topluluklar için kalkınma açısından bir öncelik haline gelmiştir (Chang, Ueda ve Miyazaki, 2019). Turizm sektörünün bölgesel veya yerel ekonomik kalkınmanın bir aracı olması hususu genel olarak kabul görmektedir. Turizm sayesinde yatırımlar daha da artmakta ve sektör bölge ekonomisine doğrudan ve dolaylı birçok katkı sağlamaktadır (Agarwal, Ball, Shaw ve Williams, 2000: 252-254).

Hızla değişen küresel ekonomik koşullarda, turizmin en hızlı büyüyen endüstrilerden biri olduğu ifade edilmekte ve turizm sayesinde üretilen hizmetler, bölge halkına önemli faydalar sağlamaktadır. Bu endüstri, insanlara gelir sağlamakta, böylece onların yaşam standartlarını yükseltmektedir. Aynı zamanda turizm, ülkelerin serbest ticaret ve kültür alışverişinde bulunmalarında önemli bir rol oynamaktadır (Geetha, 2015: 282; Da

Costa, 1996: 15). Bu nedenle tüm ülkeler turizm sektörünü büyötmek amacıyla birbirleri ile yoğun rekabet ortamı içerisinde bulunmaktadır (Herbert, 2012: 51).

Turizm uluslararası ölçekte sürekli gelişen, istihdam fırsatları yaratan, ekonomik aktiviteleri çeşitlendiren ve kalkınmayı teşvik eden bir sektördür (Stubbs, 1984: 4). Dünya ölçeğinde turizm faaliyetlerinin destinasyonlar üzerinde iktisadi, sosyo-kültürel ve çevresel birçok etkisi bulunmaktadır ve bu etkiler olumlu veya olumsuz şekilde olabilmektedir (Vanhove, 2018). Bu ifadelerden turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya olumlu yönde bir ivme kazandıran önemli bir araç olarak değerlendirilebileceği anlaşılmaktadır.

Diğer yandan turizm sektöründe üretim verimliliğine odaklı bölgesel kalkınmanın yanında inovasyonu teşvik eden ve işbirliğine dayalı bölgesel kalkınma politikaları ile ticari işbirliğinin, ortak bir öğrenme sürecinde bilgi alışverişi yoluyla inovasyonu teşvik ettiği ifade edilmektedir. Aynı zamanda bilgi ve sürekli inovasyonun, işletme ve bölgenin rekabet edebilirliği açısından giderek daha da önem kazanan bir yönü olduğu vurgulanmaktadır (Edmond, 2009: 1-2).

Turizm sektörü, işbirliğinin zorunlu olduğu (kamu kesimi tarafından sağlanacak etkin ulaşım ve hizmetler altyapısı ile özel sektör tarafından sunulacak konaklama hizmetleri vb.) bir ekonomik faaliyet alanı olarak kabul edilmektedir (Morales-Arcila, 2018: 116). Kalkınmayı sağlamaya yönelik hükümetlerin bazı temel hedefleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bu temel hedefler; (1) yerli ve yabancı sermayeyi düzenlemek, (2) ihracata odaklı yeni sanayi alt sektörlerinin oluşturulmasına yardımcı olmak ve aynı zamanda bölgenin turizm ve hizmet sektörleri ile imalat sanayinin ticari bağlantılarını güçlendirecek yatırımları koordine etmek ve (3) yoğun çalışma ve kooperatif girişimlerine devlet desteği veren yeni bir ilişki biçimi oluşturmak şeklinde ifade edilmektedir (Marshall, 1996: 315-316).

Buradaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere, turizm sektöründe yenilikçilik, üretim verimliliği ve işbirliği gibi faktörlerin bölgesel kalkınma süreci için oldukça önemli olduğu görölmektedir. Bu nedenle turizm sektörü odaklı bölgesel kalkınma sürecinde hedef ve stratejilerin tespitinde belirtilen bu faktörlere dikkat edilmesi uygun olacaktır.

1.7. Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Araştırmalar

Sistematik ve kapsamlı bir şekilde yapılan ulusal ve uluslararası literatür taraması sonucunda, turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerindeki etkisini veya turizm ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi inceleyen önemli çalışmalar tespit edilmiş ve bu çalışmalardan bazıları çeşitli açılardan analiz edilerek bu bölümde değerlendirilmiştir.

Amerika Kıtası'na Yönelik Yapılan Araştırmalar

Mescon ve Vozikis (1985) Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Florida'ya bağlı Miami bölgesindeki Dade County'de kruvaziyer turizminin ekonomik etkilerini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, kruvaziyer turizminin Dade County üzerinde 1982 yılında toplam 546 milyon dolarlık bir ekonomik etkiye sahip olduğunu, doğrudan, dolaylı ve uyarılan toplam istihdam sayısının 21.627 olduğunu ve kruvaziyer turizminin bir sonucu olarak 1982 yılında destinasyonun Gayri Safi Bölgesel Üretimine (*Gross Regional Product/GRP*) 264,6 milyon dolar katkıda bulunduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda turizm sektörünün olumlu ve olumsuz etkilerine odaklanan Milman ve Pizam (1988) ABD'nin Florida bölgesi üzerine yaptıkları çalışmada, turizm endüstrisinin olumlu ve olumsuz etkilerini tespit etmişler, olumsuz etkiler; trafik koşulları, bireysel ve organize suçlar, uyuşturucu bağımlılığı ve alkolizm olarak belirlemişlerdir. Çoğunlukla ekonomik olan olumlu etkiler ise istihdam fırsatları ile gelir (vergi geliri dahil), yaşam standardı ve yaşam kalitesindeki artış olarak ortaya konulmuştur. McGee (2009) ise ABD'nin Utah bölgesi üzerine yaptığı araştırma sonucunda, bölgedeki ekonomik potansiyeli değerlendirmek amacıyla turizm sektörünün de dahil olduğu bazı kriterler tespit etmiş ve bölgedeki turizm çekiciliklerinin Utah ekonomisine önemli katkılar sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer yandan Zhou, Yanagida, Chakravorty ve Leung (1997) ABD'nin Hawaii bölgesinde bir çalışma yapmışlar ve sonuç olarak, ziyaretçi harcamalarındaki %10'luk düşüşün, konaklama, ulaşım, yiyecek ve içecek endüstrileri ile diğer yakından ilişkili sektörleri etkilediğini tespit etmişlerdir. Bu araştırmalar turizm faaliyetlerinin bir bölge üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler ortaya çıkardığını göstermektedir.

Ayrıca Young (1976)'un Bermuda'da yaptığı bir araştırmada turizm faaliyetlerinin artması ile birlikte alt yapı ve üst yapının geliştiği, istihdamın arttığı, yeni iş alanları oluştuğu ve arazi fiyatlarının artması sonucu bölgede sosyo-ekonomik kalkınmanın

sağlandığı belirlenmiştir. Weeres (1988) ise Kanada'nın Kuzeybatı bölgesinde yaptığı çalışmada, turizmin bu bölgede üretilen mal ve hizmetleri çeşitlendirme hususunda etkili bir araç olduğu ve rekabetin sürdürülebilirliğini sağlamak açısından turizm sektörüne odaklanıldığı sonucunu elde etmiştir.

Meksika'da lüks turizm ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi inceleyen Brenner ve Aguilar (2002) araştırmalarında, ekonomik büyümeyi, döviz girdilerini ve istihdamı artırmaya yönelik yapılan devlet desteğine rağmen, turizmin GSYİH'ye %5'ten daha az katkıda bulunduğu ve turizm istihdamının çoğunluğunun sosyal güvenceden yoksun ve düşük vasıflı olduğu, kıyı bölgelerindeki lüks tatil yerlerinde çoğunlukla yabancı yatırımlara yoğunlaştığı ve bunların hızla büyüyen yerleşim bölgeleri ortaya çıkardığı ifade edilmektedir. Ayrıca belirlenen bu stratejinin turizm merkezleri ve çevre bölgeleri arasındaki uyumlu ilişkileri teşvik etmekte başarısız olduğu, yerel halka yönelik temel hizmetlerin tedarikinde önemli miktarda eksikliklere yol açtığı ve turizmin iç bölgelere yayılamadığı sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan yerel halkla bağlantı kurulması ve bölgesel kalkınmanın sağlanması için toplum temelli ve topluma karşı duyarlı sürdürülebilir bir turizm gelişim stratejisinin oluşturulması bu çalışmada önerilmektedir.

Lemos (2017) ise Kosta Rika'da Tárcoles bölgesinde timsah turizminin ekonomik ve sosyal etkilerini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmış ve sonucunda doğaya dayalı turizmden elde edilen ekonomik faydaların, Tárcoles'deki timsahların korunmasında önemli bir güç ve teşvik niteliğinde olduğu ortaya çıkmıştır. Dolaylı satışlarda 2014 yılı için yaklaşık 5.3 milyon ABD Doları elde edilmiş ve böylece turizmin başlıca ekonomik itici güçlerden biri olduğu ve bölgenin ekonomik kalkınması açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yukarıdaki araştırmalar turizmin olumsuz etkilerini azaltmak için sürdürülebilir veya toplum temelli turizmin geliştirilmesinin gerektiğini ortaya koymaktadır.

Ribeiro, Da Silva, Andrade ve De Souza (2017) Brezilya'nın Kuzeydoğusuna yönelik yaptıkları çalışmada ve genel olarak turizmin Brezilya'nın bu bölgesinde olumlu etkiler ortaya çıkardığı ve turist harcamalarının bölgenin GSYİH'sı içinde %3,9 artış sağladığı, ayrıca turizm harcamalarının bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasına katkıda bulunduğu bulgularına ulaşmışlardır. Wagner (1997) ise Brezilya örneğinde yaptığı

araştırmada, bölgede kullanılan girdi, hammadde ve sermayenin önemli bir kısmının ithal edilmesinden dolayı turist harcamalarının bu ithalatı karşılamak için kullanıldığını ve sadece küçük bir olumlu ekonomik etkinin ortaya çıktığını tespit etmiştir.

Belisle ve Hoy (1980) Kolombiya'nın Santa Marta bölgesinde yaptıkları bir araştırmada, turizm faaliyetlerinin çoğunlukla ulaşım altyapısını geliştirdiği ve istihdamı artırdığı belirlenmiştir. Aynı zamanda turizmin, mevsimsel olarak gıda fiyatlarını yükselttiği, farklı kültürleri tanıma fırsatları sunmakla birlikte, hırsızlık, kaçakçılık, uyuşturucu ticareti ve fuhuş gibi suçları da artırmakta önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Bu araştırmalarda ise turizm faaliyetlerinin bölgedeki bazı olumsuz etkileri ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan ortaya konulmuştur.

Avrupa Kıtası'na Yönelik Yapılan Araştırmalar

Andrew (1997), Birleşik Krallık'ta Cornwall bölgesi üzerine yaptığı araştırmada, turizmin konaklama merkezli olduğu bölgelerde genişlemesinin, çevresel bir ekonominin gelişiminde en uygun strateji olmayabileceğini göstermektedir. Ek olarak, çalışma böyle bir yaklaşımın yerli sanayi üzerinde olumsuz bir etkisi olabileceğini ortaya koymakta, ayrıca turizmin pozitif dengelerin oluşturulmasında önemli bir rolü olduğu ve bu dengeler ile ekonomik gelişme arasında bir ilişki olabileceği de tespit edilmiştir. Haley, Snaith ve Miller (2005) Birleşik Krallık'ta Bath bölgesi üzerine yaptıkları çalışmada, turizm faaliyetlerinden fayda sağlayanların sektöre karşı olumlu tutum sergiledikleri, ancak altyapı, sosyo-kültürel çevre, doğal ve yapay çevre üzerindeki olumsuz etkilerin toplumun sektöre karşı olumsuz bir tutum sergilemelerine neden olduğu tespit edilmiştir. Jones ve Munday (2001) Galler'de yaptıkları çalışmada, etkinlik turizminin ekonomiye katkı sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Getz (1980)'in İskoçya'nın Badenoch-Strathspey bölgesi ve Spey Vadisi üzerine yaptığı çalışmada ve bazı olumlu ve olumsuz etkilerin olduğu belirlenmiştir. İstihdam, gelir ve eğlence açısından yeni fırsatlar oluşturması turizm faaliyetlerinin olumlu etkileri, konut sıkıntısı ve bazı suçların artması ise başlıca olumsuz etkiler olarak tespit edilmiştir. Personelin çoğunlukla vasıfsız elemanlardan ve kadınlardan oluşması diğer önemli tespitler olarak ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, kış mevsiminden yararlanılması ve spor tesislerine önem verilmesinin, erkekler için tüm yıl boyunca daha fazla iş imkanı sağladığı ve turizm faaliyetlerinin önemini artırdığı ifade edilmektedir. Genel olarak,

elde edilen faydaların bölge halkı ve yerel yönetimler açısından oluşan maliyetlerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmalarda turizm sektörünün bazı bölgelerde hızlı gelişmesinin olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığı, ancak turizm faaliyetlerinin uluslararası ilişkilerin olumlu yönde gelişmesine de önemli katkılar sağlayacağı ifade edilmektedir.

Bessiere (2013) çalışmasında Fransa'nın Güney Batısı'nda 30 turizm sektörü paydaşı ile yapmış olduğu mülakat sonucunda, gastronomi turizminin bölgesel kalkınma için önemli bir çekicilik unsuru olduğu tespitinde bulunmuştur. Dana, Gurau ve Lasch (2014) ise çalışmalarında Fransa'nın Jonquieres ve Saint-Guilhem-le-Desert bölgelerinde girişimcilik, turizm ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemek için yerel halk ve girişimcilerden oluşan 13 paydaş ile görüşme yapmışlar ve bölgede turistlerden elde edilen gelirle alt yapının iyileştirildiği, büyük kentlere yakınlığın yerel işletmelerin ekonomik avantajlarını kısıtladığı, yerel fırsatlardan yararlanmak isteyen göçmen girişimcilerin bölgeyi tercih ettiği, yerel halkın kitle turizmi tarafından yaratılan ekonomik imkanlardan yararlanmak için çok az inisiyatif kullandığı, yerel restoranların bazılarının bölge halkı tarafından yönetilirken, bir kısmının ise göçmen girişimciler tarafından kiralandığı ve bu girişimcilerin ise sadece yerel topluma entegre olmuş gibi görünmekle beraber çoğunlukla turistlerin değer verdiği kırsal çekicilikleri metalaştırmak suretiyle ticarileştirdikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Oladottir (1992) İzlanda'nın Seydisfjördur ve Norröna bölgelerinde yaptığı çalışmada, uluslararası turizmin İzlanda ekonomisinde önemli bir rol oynadığını ve bölgesel kalkınma için önemli bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Turist harcamalarının yerel halka doğrudan yansıdığı, devlet harcamalarının ise bölgeye dolaylı olarak gelir sağladığı ve bölgede turizm işletmelerinin gelişmesi ile istihdam ve gelir olanaklarının arttığı belirlenmiştir.

Niewiadomski (2011) Orta ve Doğu Avrupa'da uluslararası otel zincirlerinden 24 otel yöneticisi ile mülakat yöntemi kullanarak yaptığı çalışmasında, otellerin bölgesel kalkınma açısından ortaya çıkardığı etkiler için beş farklı alan belirlenmiştir. Bunlar; doğrudan yatırım ve alt yapı geliştirme, istihdam yaratma, yerel bağlantılar kurma, teknoloji transferi (personel eğitimi dahil) ve destinasyon tanıtımı ve pazar görünürlüğünü artırma gibi faydalardır. Orta ve Doğu Avrupa'da bölgesel kalkınma

üzerindeki en önemli etkinin yatırım yapan otel grupları tarafından oluşturulduğu tespit edilmiştir. İşletme sahipleri ve franchise veren şirketlerin modern bilgi transfer ederek, personel eğitimi sağlayarak ve ev sahibi pazarın tanıtımını artırmak suretiyle Orta ve Doğu Avrupa’da bölgesel kalkınmayı dolaylı bir şekilde teşvik ettiği ifade edilmiştir. Uluslararası konaklama endüstrisinin Orta ve Doğu Avrupa Bölgesi’nde bölgesel kalkınma üzerindeki genel etkilerinin oldukça olumlu olmasına rağmen, bazı olumsuz etkileri de tespit edilmiştir. Bunlar; karların/ücretlerin merkez ülkeye transfer edilmesi, yerel ekonominin yabancı sermayeye bağımlılığına neden olması, yerel ekonomideki yer değiştirme etkisini artırması, en iyi çalışanlardan yararlanılması ve yerel bağlantıların harcamalarını merkezi tedarik programlarına dayandırmaları en dikkat çekici örnekler olarak sayılmaktadır. Ayrıca, bölgesel gelişme üzerinde önemli bir etkiye sahip olan büyük konaklama tesislerinin en gelişmiş kentlerde yoğunlaşma eğiliminde olması nedeniyle, uluslararası konaklama endüstrisinin hem ulusal hem de bölgesel düzeyde ekonomik dengesizlikleri artırdığı ifade edilmiştir.

Neves (2006) çalışmasında Portekiz’in Centro bölgesinde turizmle ilgili kuruluşlarla yapmış olduğu mülakatlarla, turizm sektörünün ekonomide dengeli bir büyümeye yardımcı olması, yaşam standartlarını artırması ve çevrenin korunması için önemli bir teşvik işlevi gördüğü, sürdürülebilir kırsal kalkınmada etkili bir rol oynadığı, altyapı yatırımlarını teşvik ettiği ve faydaların diğer faaliyetler alanlarına yayılmasını sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca kalkınmayı sağlamak için tüm paydaşlar arasında yakın bir işbirliğinin gerekliliği tespit edilmiştir.

Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002) İspanya’da yaptıkları bir araştırmada uluslararası turizm faaliyetlerinin uzun vadeli ekonomik gelişmeye önemli katkıda bulunduğu sonucuna varmışlardır. Benzer şekilde Fernandez (2002) İspanya’nın Costa Del Sol bölgesinde yaptığı araştırmada, gelişen turizm sektörünün bölge ekonomisini tarıma bağlı küçük bir imalat sektöründen turizm ile ilgili hizmetlere dayalı bir ekonomik yapıya dönüştürdüğü ve bunun sonucunda da bölgeye yerli ve yabancı yatırımların çekildiği, istihdamın artırıldığı, altyapının geliştirildiği ve böylece ekonomik kalkınmanın sağlandığı bulgularına ulaşmıştır.

Diğer yandan Vaya, Garcia Sanchis, Murillo, Romani ve Surinach (2016), İspanya’nın Barselona liman bölgesinde bir araştırma yapmışlar ve Barselona limanındaki

krvaziyer faaliyetinin sonuçta Katalonya’da toplam 796 milyon Euro ciro ile yaklaşık 413 milyon Euro GSYİH’ye katkı sağladığı, 6.759 tam zamanlı istihdam imkanı ve 152 milyon Euro vergi geliri oluşturduğu, aynı zamanda kruvaziyer etkinliğinin Barselona havalimanına bağlantı uçuşları ve şehrin diğer bölgelerine ekonomik istikrar sağlayan ve yeni iş fırsatları yaratan önemli bir katalizör etkisi yarattığı tespit edilmiştir. Barselona Limanı’ndaki kruvaziyer turizminin tüm Katalan bölgesinin ekonomisi üzerinde yarattığı önemli ekonomik faydalara rağmen, kruvaziyer faaliyetlerinden (özellikle de Barselona kentinde yoğunlaştığından) kaynaklanan negatif dışsallıklar olduğu ve bunların şehirdeki belli başlı turistik merkezlerde (özellikle transit yolculardan yapılan ziyaretler sırasında) oluşan aşırı trafik ve yolcu gemileri tarafından üretilen emisyonların çevresel etkileri olduğu ifade edilmiştir. Garcia-Lopez, Campoy-Munoz, Cardenete-Flores ve Marchena-Gomez (2018) İspanya’nın Endülüs bölgesinde yaptıkları çalışmada, turizm faaliyetlerinin bölgedeki krizi atlatmada kilit bir araç görevi gördüğü ve bölgesel kalkınmayı teşvik etme hususunda önemli bir kapasiteye sahip olduğu sonucuna varmışlardır.

Herbert (2012) Finlandiya’nın Kokkola-Pietarsaari havalimanı bölgesinde yaptığı araştırmasında, bölgedeki turizm sektörü kapsamında gerçekleştirilen hava yolu taşımacılığının Finlandiya’nın sosyo-ekonomik gelişimini hızlandırdığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca hava taşımacılığı üzerinden turizm faaliyetlerini genişleten ülkelerin, bölgelerine gelen turist sayısını artırdığı, girişimcilik, iş imkanları ve istihdam oranlarını artırdığı, böylece bölgenin göç aldığı ve küresel düzeyde rekabete açılarak daha çekici hale geldiği tespit edilmiştir. Zacher ve Pechlaner (2014) Almanya’nın Bavyera bölgesinde yaptıkları çalışmada, kırsal turizmin bölgesel kalkınmayı desteklediği ve bölgenin gelişimine önemli katkılar sunduğu sonucuna varmışlardır.

Greinert, Kostecki ve Vystavna (2019) Batı Polonya’da yaptıkları çalışmada, şarap turizmi faaliyetlerinin bölgenin ekonomik gelişimine katkıda bulunduğunu ve şarap turizminin tarım turizmi ile uyum içerisinde olduğu ve birbirini tamamladıklarını ortaya koymuşlardır. Makedonya’nın Güney Batı bölgesinde yapılan çalışmalarda Petrevska ve Matlieska (2012); Petrevska ve Manasieva Gerasimova (2012) ise turizm faaliyetlerinin Güney Batı planlama bölgesinin ekonomik kalkınmadaki potansiyel rolünü ortaya çıkarması açısından önemli olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, turizmde daha fazla gelişmenin; (1) bölgenin ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş özel yatırımlara yönelik

kamu politikaları, (2) planlama bölgesindeki turizm konaklama kapasitesini ve doluluk oranını arttırma çabaları ve (3) bölgelerin turizm gelişiminin ön şartı olarak, sübvansiyonlar, vergi indirimleri vb. turizm gelirini arttırmaya yönelik önemli çabalara bağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Metaxas ve Karagiannis (2016), Yunanistan'da işletmelerden 10 uzman katılımcı ile mülakat yöntemiyle yaptıkları çalışmada, modern turizmin gelişiminde gıda ve gastronominin önemi vurgulanarak, Yunanistan'ın ihtiyaç duyduğu destinasyon kimliği, bölgesel kalkınma ve yerel ekonomi ile sosyal refahın gelişmesine yardımcı olunabileceği kanıtlanmıştır. Bu araştırmalar ise bir bölgede gerçekleştirilen şarap turizmi, gastronomi turizmi, kırsal turizm, kruvaziyer turizmi ve lüks turizm gibi turizm türlerinin bölgeye önemli kazanımlar sağladığı, ancak lüks turizm ve kruvaziyer turizminin diğer turizm türlerine göre bölgede çok sayıda olumsuz etki meydana getirdiğini göstermektedir. Aynı zamanda turizmin krizlerle mücadelede etkili bir araç olduğu ve kalkınmayı sağlama açısından paydaşlarla işbirliği yapılmasının önemi ortaya konulmaktadır.

Asya Kıtası'na Yönelik Yapılan Araştırmalar

Li (2005) Çin'in Yunnan bölgesinde 21 turizm sektörü paydaşı ile yaptığı bir mülakat çalışması sonucunda, turizm sektörünün bölgesel ekonomik büyümeye ve kamu gelirlerine katkı sağladığı, daha da önemlisi, fakir bölgelerde gelişmekte olan ekonomik yapının değişmesinde kilit rol oynadığı, ekonomik serbestleşmeyi, yabancı yatırımın artmasını ve altyapının modernleşmesini de teşvik ettiği, bölgesel ekonomiyi yeniden yapılandığı ve canlandığı, gelirleri yükselttiği ve bu sayede insanların yaşam standartlarını iyileştirdiği, azgelişmiş alanlarda uyarıcı ve güçlendirici bir rol oynadığı ve bölgesel kalkınma stratejisi olarak turizm sektörünün başarılı olduğu tespit edilmiştir. Zeng, Carter, De Lacy ve Bauer (2005), Çin'in Taibai bölgesinde yaptıkları araştırmada, turizmin gelişiminin tüm paydaşlara yarar sağladığı, ancak fakir insanların rekabet dezavantajı olarak kişisel beceri eksikliğinden dolayı daha az faydalandığı sonucuna varmışlardır. Gu ve Liang (2010) ise Çin'in Shenyang bölgesinde yaptıkları çalışmada, turizmin bölgenin uyumlu ve sürdürülebilir kalkınmasını teşvik etme hususunda etkili bir yöntem olduğunu tespit etmişlerdir. Jingyi ve Chung-Shing (2018) Çin'in Zhuhai bölgesinde yaptıkları çalışmada, turizm sektörünün gelir ve istihdam seviyesini artırdığı,

istihdam ve gelir gibi kişisel ekonomik koşullardaki maddi ve kültürel değişmelerin, kişinin davranış değişimleriyle daha yakın bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda, istihdam piyasasındaki iyileşmenin kişisel gelişim için daha fazla fırsat sunduğu, gelirdeki artışın ise bireylerin sosyal statüsünü de artırdığı, başka bir deyişle, ekonomik ve sosyal sermayenin artmasının yerel kültürü olumlu yönde etkileme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

Boonpat (2010), Tayland'ın Chiang Saen bölgesinde 33 turizm sektörü paydaşı ile mülakat yapmış ve çalışmanın sonucunda, toplum temelli turizm türlerinin yerel halka turizm faaliyetlerini kendileri işletmek, yönetmek, toplumlarının kimliklerini sürdürmeleri ve korumalarını sağlamak amacıyla daha büyük fırsatlar sunduğu, aynı zamanda toplumun kalkınmaya katılımının, yerel düzeyde başarılı bir toplumsal gelişim için anahtar rol oynadığı tespit edilmiştir.

Lama (2012), Annapurna'da Nepal tur operatörlerine ve Finlandiyalı turistlere yönelik mülakat yöntemiyle yaptığı çalışma sonucunda, Annapurna bölgesinde turizmin, karayolu yapımı, saf içme suyu temini, okul ve yerel toplum için hastane inşa edilmesi gibi bölgesel altyapı ve üstyapının geliştirilmesinde destek sağladığı, tarım ve hayvancılığa olan bağımlılığın turizm faaliyetlerinin gelişimi ile azaltıldığı ve yerel kültürün ve geleneklerin gelişimini desteklemeye yardımcı olduğu tespit edilmiştir. Annapurna bölgesinde turizmin 1950 yılında başladığı, ancak yavaş geliştiği ortaya çıkmıştır. Bunun nedeninin, altyapı eksikliği, coğrafi zorluklar, ulaşım sorunları ile yerel halkın turizm bilincinde ve bölgenin uluslararası pazarda tanıtılmasında karşılaşılan sorunlar olduğu belirlenmiştir.

Homlong ve Springler (2016), Kamboçya'nın Angkor Wat ve Siem Reap bölgeleri üzerine bir çalışma yapmış ve Siem Reap'ın Kamboçya'daki en iyi turizm merkezlerinden biri olduğu, Kamboçya'daki iller arasında bölgesel GSYİH'sının en düşük olanlardan biri olduğu, turizmin gelişmesinin bölge için kalkınmanın bir yolu olarak desteklendiği, hizmet sektöründe istihdamın yaratılmasının ve tarımla kıyaslandığında ortalama olarak daha yüksek gelir fırsatlarına sahip el sanatları sektörünün bu bölgedeki yaşam standartlarının iyileştirilmesine yol açtığı belirlenmiştir. Diğer yandan, Angkor Wat'daki turizmin faydalarının diğer ilçelere yayılmadığı, bunun nedeninin ise kişilerin eğitimsiz ve niteliksiz olması, bir diğer nedenin ise Siem

Reap'daki turizm sektörü yatırımlarının çoğunlukla yabancı yatırımlar olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Literatür değerlendirmesinden anlaşılabacağı üzere, gereğinden fazla yapılan yabancı yatırımlar bölgeye fayda sağlamamaktadır. Aynı zamanda turizmin bölgenin modernleşmesine ve toplumun sosyo-ekonomik statüsünün gelişmesine katkıda bulunduğu söylenebilir.

Klijs (2016) yaptığı çalışmada, Malezya'daki medikal turizmin devlet düzeyindeki ekonomik etkilerini incelemiş ve bunun sonucunda, medikal turistlerin tıbbi olmayan harcamalarına (273.7 milyon ABD Doları) ilişkin etkilerin, tıbbi harcamalara yönelik etkilerden (104.9 milyon ABD Doları) daha büyük olduğu ve dolaylı etkilerin (95.4 milyon ABD Doları) toplam etkinin önemli bir kısmını oluşturduğu (372,3 milyon ABD doları) ortaya çıkmıştır.

Rhaman (2016), Bangladeş'in Rangamati bölgesinde 8 turizm sektörü paydaşı ile mülakat yapmış ve çalışmanın sonucunda, turizmin olması gereken şekilde uygulanmasının yerel topluma ekonomik katma değer ve sosyal refah yarattığını ortaya koymuştur. Turizmin Rangamati bölgesinde 6 bin tam ve yarı zamanlı istihdam oluşturduğu, ayrıca iş olanakları sağladığı, yaşam tarzını farklılaştırdığı, küçük işletmeler kurulmasına yardımcı olduğu ve altyapıyı geliştirdiği tespit edilmiştir.

Abbasov (2015), çalışmasında Nahcivan'ın Salt Mountain bölgesinde sağlık turizminin rolünü araştırmak amacıyla 9 turizm sektörü paydaşı ile mülakat yapmış ve turizm sektörünün doğrudan, dolaylı ve teşvik edilen faydalarının olduğunu ortaya koymuştur. Her ziyaret eden turist yaklaşık 1000 Euro harcadığı ve her yıl yaklaşık 300 kişinin bu destinasyonu ziyaret ettiği ve böylece doğrudan gelir katkısının 300.000 Euro olduğu belirlenmiştir. Salt Mountain'da yapılan harcamaların yanı sıra, turistlerin diğer turistik yerleri görmek için seyahat ettiği, dolayısıyla bu destinasyonlara, ulaştırma sektörüne, alışveriş merkezleri, restoranlar ve rekreasyon hizmetleri ile çok sayıda sektöre yarar sağladığı tespit edilmiştir. Bu araştırmalar ise sağlık ve medikal turizm gibi turizm türlerinin de sosyo-ekonomik olarak önemli katkılar sağladığını vurgulamaktadır.

Okyanusya Kıtası'na Yönelik Yapılan Araştırmalar

James (1998), Avustralya'nın Queensland bölgesine yönelik yaptığı araştırmada turizmin Queensland'a bölgesel düzeyde önemli bir ekonomik katkı sağladığı bulgusu

elde edilmiştir. Faulkner ve Tideswell (1997)'in Avustralya'nın Gold Coast bölgesinde yaptıkları araştırmada, turizmin bölge ekonomisine çeşitli katkılar sunduğu, istihdam olanaklarını artırdığı, hizmetlerin çeşitliliğini sağladığı, yaşam kalitesini artırdığı, kültürel zenginleşmeye ve doğanın korunmasına yardımcı olduğu, ancak turizmin kültürel etkileri ile gürültü, trafik sıkışıklığı, suç oranının artması, sosyal barışın bozulması, çevre kirliliği, doğal ortamların bozulması ve maliyetlerin artması gibi etkiler ortaya çıkardığı tespit edilmiştir.

Ritchie ve Hall (1999), Yeni Zelanda'nın Güney Ada bölgesinde 588 turiste yönelik anket yöntemiyle yaptıkları çalışmada, bisiklet turizminin kırsal ve bölgesel alanların yeniden canlandırılması ve çeşitlendirilmesine yardımcı olmak için yararlı olabileceği ve bisiklet turizminin bu alandaki ekonomik faydalarını en üst düzeye çıkarma hususunda altyapı ve bilgi sağlamanın vazgeçilmez unsurlar olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca bisiklet turizmine katılan turistlerin seyahat düzenleri, harcama biçimleri, altyapı kullanımı, seyahat hızları ve kalış süreleri nedeniyle, bölgede uzun zaman geçirdikleri ve önemli miktarda zaman ve para harcadıkları belirlenmiştir.

Narayan (2004) Fiji üzerine yaptığı bir araştırmada, turist harcamalarındaki %10'luk bir artışın GSYİH'yi %0,5 artıracığı ve toplam ihracattaki büyümenin toplam ithalatı aşması ile cari ödemeler hesabının fazla vermesine katkıda bulunacağı, reel tüketimin %0,72 oranında artacağı, ulusal refahın reel olarak %0,67 oranında artacağı ve artan ekonomik faaliyetler nedeniyle, farklı kaynaklardan (vergiler vb.) elde edilen devlet gelirlerinin artacağı ortaya çıkmıştır.

King, Pizam ve Milman (1993) Fiji'nin Nadi bölgesinde yaptıkları çalışma sonucunda, turizm sektörünün bazı olumsuz etkileri olarak alkol tüketimi, uyuşturucu bağımlılığı, bireysel suçlar, organize suçlar, fuhuş ve trafik koşulları, olumlu etkiler ise yeni istihdam fırsatları, gelir ve yaşam standardındaki artışlar, iş tutumları, yaşam kalitesi, yabancılara yönelik misafirperverlik ve insanlar arasında güven olarak tespit edilmiştir. Bu araştırmalar ise diğer araştırmalar ile benzer şekilde turizmin bölgeler üzerindeki etkilerini ortaya koymakta ve aynı zamanda bisiklet turizminin bölgesel kalkınma açısından çeşitli faydalar sunduğunu da belirtmektedir.

Afrika Kıtası'na Yönelik Yapılan Araştırmalar

Motumi (2013), Güney Afrika'nın Umgungundlovu bölgesinde 6 turizm sektörü paydaş kuruluşu ile mülakat yöntemi kullanarak yaptığı çalışmasında, bölgede düzenlenen etkinliklerin çok sayıda turist çektiği ve bu turistlerin konaklama, yeme-içme, eğlenme, alışveriş vb. faaliyetlerde bulunarak bölge ekonomisine katkı sağladığı, turizm sektörünün diğer sektörleri de canlandırdığı, çarpan etkisi ortaya çıkardığı ve bölgede ekonomik kalkınmanın arttığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca turizm sektörünün bölgede, istihdam imkanı oluşturma (doğrudan ve dolaylı), beceri ve kapasite geliştirme, diğer sektörlerdeki talebi teşvik etme, yerel yönetim için gelir kaynaklarını artırması, yatırım için bölgenin çekiciliğini ve rekabet edebilirliğini artırması, kamu tesislerinin altyapı gelişimi ve yenilenmesine katkıda bulunması, yerel girişimcilik ruhunu ortaya çıkarması, yerel tüccarlar için iş fırsatları ve gelir yaratması, üretime katılımın yaygınlaştırması, ekonomik faaliyetleri çeşitlendirmesi, tek bir sektöre bağlı olmayı önlemesi gibi faydalar sağladığı tespit edilmiştir.

Viviers (2005), Güney Afrika'nın seçilmiş bazı illerine yönelik bir araştırma yapmış ve turizm faaliyetlerinin Güney Afrika'nın GSYİH'sına sürekli olarak katkı sağladığı ve bunu zaman içerisinde artırdığını ortaya koymuştur. Ayrıca illerin turizmden eşit olarak faydalanamadığı ve en gelişmiş turizm altyapısına sahip bölgelerin turizmden daha fazla yararlandığı tespit edilmiştir.

Ncube (2013), Güney Afrika'nın Inanda bölgesinde turizm sektörü paydaşlarından 16 kişiye yönelik mülakat ve 33 kişi ile de bir anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonucunda, Yerel Ekonomik Kalkınma (LED) stratejilerinin Inanda ilçesinin altyapı ve hizmet sunumunun iyileştirilmesinde önemli bir katkısı olduğu ancak, yerel halk için gelir, servet imkanları, yeteneklerin geliştirilmesi, pazar payı ve istihdamın artırılmasına yönelik etkilerinin sınırlı düzeyde olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca eğitim düzeyleri ile girişimcilerin yeterince başarılı olamaması arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğu belirlenmiştir. Theron (1995), Güney Afrika'nın Drakensberg bölgesinde bulunan Katedral Zirvesi üzerine yaptığı çalışmada, bölgenin ekoturizm faaliyetleri ile korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kalkındırılmasının mümkün olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmalar ile altyapı ve girişimciliğin turizm faaliyetleri ile teşvik edilerek bölgesel kalkınmanın sağlanabileceği ve ekoturizm gibi

alternatif turizm faaliyetleri ile de sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebileceği vurgulanmaktadır.

McGowan (2007) Zambiya'nın Livingstone bölgesinde yaptığı çalışmada, bölgede çok hızlı büyüyen turizm sektörünün yoksullukla mücadelede yeni fırsatlar sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Gartner (2008), Malavi'nin Nkhata Bay bölgesinde yaptığı çalışmada, turizmin ulusal bir ekonomik kalkınma stratejisi olarak yoksulluğu azalttığı ve kalkınmayı desteklediği bulgularını elde etmiştir.

Kamau (1999) Kenya'nın sahil bölgesinde turizm sektörü paydaşlarına yönelik 257 kişiyle anket ve 60 kişi ile mülakat gerçekleştirmiş ve çalışma sonucunda gelir elde etme ve istihdam yaratma gibi faktörlerin, köy turizm merkezlerinin kurulmasında girişimcileri etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca belirtilen merkezlerde istihdam edilen kişi sayısının elde edilen gelirin miktarından ve buraları ziyaret eden turist sayısından büyük ölçüde etkilendiğini göstermiştir. Kırsal alanlardaki dengesiz dağılımın yarattığı olumsuzlukları telafi etme açısından gelirin önemli bir faktör olarak değerlendirildiği ve istihdam yaratılmasının, kırsal kesimde yoğun biçimde yaşanan işsizlik sorununu azaltmaya yardımcı olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan, köy turizm merkezleri ve konaklama endüstrisi arasında güçlü bağlantıların olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca köy turizm merkezlerinin bölge ekonomisini canlandırmak için etkili bir araç olabileceği sonucuna varılmıştır.

Archer ve Fletcher (1996) ise Seyşeller üzerine yaptıkları çalışmada, turist harcamalarının gelir ve istihdamı önemli düzeyde artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmalarda ise turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma stratejisi olarak kullanıldığı ve gerekli şekilde uygulanan politikalarla turizmden önemli faydalar elde edildiği ortaya konulmaktadır.

Diğer Araştırmalar

Bazı çalışmaların sonuçları yukarıda incelenen çalışmaların bulguları ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmalar genel olarak aşağıda özetlenmiştir.

Kaifi (1998) Hindistan'ın Uttar Pradesh bölgesi; Mohanty (2002) Hindistan'ın Puri ve Orissa bölgesi; K.C (2017), Hindistan'ın Kodagu bölgesi; Bawa (2014) Sri Lanka'nın

Ampara bölgesi; Mabaso (2010) Güney Afrika'nın Bergville bölgesi; Nengroo, Bhat ve Khaki (2016) Hindistan'ın Cemma ve Keşmir bölgesi; Ferreira (2007) Güney Afrika'nın Western Cape bölgesi; Rogerson (2015) Güney Afrika'nın bazı sıkıntılı bölgeleri; Kum, Aslan ve Gungor (2015) çalışmalarında Next-11 (N-11) ülkeleri; Irvin (2006) Güney Afrika'nın Cape Town bölgesi; Geetha (2015) Hindistan'ın Kanyakumari bölgesi; Tisdell ve Bandara (2004) Sri Lanka; Tetsu (2006); Lukic, Petrovic ve Vukovic (2018) Sırbistan; Dimitrovski, Todorovic ve Valjarevic (2012) Sırbistan; K C ve Gewali (2014), Nepal'in Lumbini bölgesi; Guisan ve Aguayo (2001) Fransa; Guisan ve Aguayo (2002) İtalya; Gutierrez (2015) İspanya; Mayer, Müller, Woltering, Arnegger ve Job (2010) Almanya; Ivanov ve Webster (2007) İspanya, Yunanistan ve Kıbrıs; Heng ve Low (1990) Singapur; Makawa (2010) Güney Afrika; Kamau (1999) Kenya; Liu, Sheldon ve Var (1987) Hawaii, Kuzey Galler ve İstanbul; Aguirre, Mateu ve Pantoja (2019) Peru; Weatherley (1981) İspanya; Haralambopoulos ve Pizam (1996) Yunanistan; Petrevska (2012) Makedonya'nın Güney Batı bölgesi; Williams (2016), Avustralya'nın Queensland bölgesi; Lv (2019); Pratt (2015); Kurtzman (2005); Kovjanic (2014); Abdikhalilova (2018) Kırgızistan; Katayev (2015) Kırım; Medeuov (2013) Kazakistan; Seetanah (2011); Tveter (2017) Norveç; Fayed (2002) Mısır örneklerinde yaptıkları çalışmaların sonucunda, turizm sektörünün birçok faktörden etkilenmesine rağmen, ülkenin kalkınması için önemli bir ivme sağlayan kuvvet olduğunu tespit etmiştir.

Uluslararası literatür genel olarak değerlendirildiğinde, turizm sektörünün çeşitli ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalarının olduğu ve bu faydaların bölgesel kalkınmanın sağlanmasına yardımcı olduğu görülmektedir. Turizmin bu faydalarının yanı sıra bölgeye yönelik ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olumsuz etkilerinin de bulunduğu, ancak bu etkilerin sürdürülebilir turizm faaliyetleri ile azaltılabileceği ifade edilmektedir. Diğer yandan ekoturizm, kırsal turizm, toplum temelli turizm, sürdürülebilir turizm, spor turizmi, inanç turizmi, lüks turizm, kruvaziyer turizmi vb. turizm türlerinin bölgesel düzeyde önemli katkılar sağladığı, ancak lüks ve kruvaziyer turizminin diğer turizm türlerine göre olumsuz etkilerinin daha fazla olduğu veya olumlu etkilerinin kısıtlı (yerel halka yönelik faydanın sınırlı olduğu) olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur.

Ulusal Araştırmalar

Ulusal literatür incelendiğinde ise, Çağlı (2012), gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi Türkiye'nin Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde incelemiş ve gastronomi turizmi amacıyla ziyaret edilen illerde pozitif bir gelişme olduğu, az gelişmiş bölgelerde ise bir hareketlilik olmadığı sonucuna varmıştır. Durgun (2006), Isparta iline yönelik yaptığı araştırmada, turizmin Isparta ilinin ekonomik olarak kalkınmasında tek etkili sektör olmasa da, bölge ekonomisine olumlu katkılar sağladığını ve bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde önemli bir rol oynadığını belirlemiştir. İzgi (2007) ise çalışmasında Osmaniye ilinde yerel halka yönelik bir anket uygulaması gerçekleştirmiş ve turizmin ekonomik, kültürel, toplumsal ve çevresel faydaları olduğu, toplum için gelir ve istihdam oluşturduğu, KOBİ'lerin gelişmesini desteklediği, yatırımları artırdığı, bölgenin çekiciliklerinin değerlendirilmesini sağladığı, doğal, tarihi, kültürel vb. kaynakların korunmasına yardımcı olduğu, kültürel etkileşimi sağladığı ve bölge halkının kendi bölgesine olan bağlılığını artırdığı sonucuna varmıştır. Benzer şekilde Tunçbilekli (2006) Nevşehir; Sağlık (2011) Erzurum; Demiral (2012) Çanakkale; Şeker (2011) Amasya; Soner (2013) Ankara; Susan (2016) Balıkesir; Boz (2016) Mardin; Akdemir (2018) Sakarya; Dinçer (2018) Eskişehir; Gözüela (2018) Konya; Güner (2018) Giresun; Bahar (2007); Karadabağ (1997) Erzurum; Kızıldemir ve Sarıışık (2018) Adana; Şamata (2016) Karabük bölgelerinde yaptıkları çalışmalarda diğer araştırmacılar ile benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Künü, Hopoğlu, Gürçam ve Güneş (2015), Doğu Karadeniz bölgesi üzerine; Gezici ve Atalık (1998), Kapadokya ve Side bölgeleri üzerine; Çeken (2008); Kavalcı (2018); Doğan ve Yıldız (2007), Isparta ve Burdur üzerine yaptıkları çalışmalarda, turizmin ekonomik kalkınmayı desteklediği, tüm sektörleri olumlu yönde etkilediği, döviz girdisi sağladığı, bölgesel eşitsizliği giderdiği, diğer sektörlerin verimli çalışmasını sağladığı, altyapı ve üstyapının iyileşmesine yardımcı olduğu, bölgelerin kaynaklarının daha iyi değerlendirilmesi, tanıtılması, pazarlanması, yeni fırsatların oluşmasına imkan sağladığı ve kalkınmayı hızlandırdığı tespit edilmiş ve turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ulusal ve uluslararası literatür taraması sonucu, turizm sektörü odaklı kalkınmaya yönelik farklı yaklaşımlar tespit edilmiştir. Turizm odaklı kalkınma stratejisine yönelik bu yaklaşımlar iki farklı bakış açısını içermektedir. Bu yaklaşımlar aşağıdaki tabloda (Tablo 3) daha detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

Tablo 3. Turizm Odaklı Kalkınmaya Yönelik Yaklaşımlar

Pozitif Yaklaşım	Eleştirel Yaklaşım
Turizm faaliyetleri yönetilebilir	Turizm faaliyetleri yönetilemez
Turizm aşırı bir risk içermez	Turizm riskli bir süreçtir
Turizm sektörünün etkileri kontrol edilebilir	Turizm sektörünün etkileri kontrol edilemez
Turizm faaliyetleri faydalı sonuçlara yol açar	Turizm faaliyetleri faydalı olmayan sonuçlar doğurabilir
Turizm faaliyetleri sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan olumlu etkiler ortaya çıkarır	Turizm faaliyetleri sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan olumsuz etkilere neden olur
Turizm faaliyetleri planlanabilir	Turizm faaliyetleri planlanamaz
Turizm rasyonel ve akılcı bir kalkınma sağlar	Turizm karmaşık ve sorunlu bir hedefe yönlendirir
Turizm sektörü kalkınma için uygun bir araçtır	Turizm sektörü kalkınma için uygun ve yeterli değildir

Kaynak: (Ulusal ve uluslararası literatür dikkate alınarak yazar tarafından geliştirilmiştir).

Tablo 3 turizm odaklı kalkınmaya yönelik pozitif ve eleştirel olmak üzere iki farklı yaklaşımı göstermektedir. Pozitif yaklaşım, kalkınma stratejisinin belirlenmesinde turizm sektörünün tercih edilmesini desteklemektedir. Eleştirel yaklaşım ise bir kalkınma stratejisi olarak turizm sektörünün risklerini ortaya koymaktadır. Pozitif yaklaşım, turizm sektörüne odaklı kalkınmanın rasyonel ve akılcı bir strateji olduğunu varsaymaktadır. Eleştirel yaklaşım ise sadece turizm sektörüne odaklı kalkınmanın rasyonel ve uygun olmayan bir strateji olduğunu ileri sürmektedir. Ancak turizm odaklı kalkınma stratejisi, planı veya programı oluşturulurken bölgeler açısından bu iki yaklaşımın birlikte dikkate alınması politika yapıcılar açısından faydalı olacaktır. Nitekim 2020 yılı ilk altı ayında tüm dünyada yaşanan Korona Virüsü (COVID-19) salgını bölgesel kalkınma açısından özellikle bir sektöre yoğunlaşmanın risklerini açıkça ortaya çıkarmıştır.

Ayrıca literatür taraması sonucu, turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerinde büyük bir öneme sahip olduğu, sosyo-ekonomik, çevresel, kültürel vb. açıdan bazı olumsuz etkileri ortaya çıksa da çok sayıda faydası olduğu, kalkınma açısından önemli bir rol oynadığı ve turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasında pozitif yönlü bir ilişkinin

bulunduğu ortaya konulmaktadır. Ayrıca yerel halkın katılım sağladığı ve turistlerle iletişim içinde olduğu turizm faaliyetlerinin, başka bir ifade ile “toplum temelli turizm” türlerinin bölgesel kalkınma için oldukça önemli ve etkili bir araç olduğu genel olarak kabul görmektedir. Özellikle ulusal literatürdeki araştırmaların eksik yönü ise örneklemelerinin kapsamlı ve çeşitli olmamasıdır. Bu konu ile ilgili Kayseri ili örneğinde yapılmış bir araştırmaya rastlanılmaması bu çalışmanın yapılma gerekçelerinden birini de teşkil etmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ VE TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA AÇISINDAN DÜNYA ÖRNEKLERİ

Bu bölümde, turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı etkiler geniş bir çerçevede incelenmiş ve bölgesel kalkınma açısından büyük önem taşıyan olumlu ve olumsuz sonuçlar sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Daha sonra ise turizm sektörünün ortaya çıkardığı bu etkilerin yönetilmesi ve faydalarının artırılması hususu ele alınmıştır. Ayrıca turizm odaklı bölgesel kalkınma hakkında dünyadan çeşitli örnekler değerlendirilmiş ve bu örnekler Kayseri ili ile karşılaştırılmıştır. Farklı ülkelerden seçilen örnekler üzerinde uygulanan turizm odaklı kalkınma politikaları, stratejileri ve planları tespit edilmiş ve Kayseri ilinin kalkınmasına yönelik politika önerileri belirlenmeye çalışılmıştır.

2.1. Turizm Sektörünün Etkileri

Ekonomik faaliyetler yürütülürken insanların refahı, diğer faaliyetler, sektörler veya diğer unsurlar üzerinde istemsiz olarak bazı etkilerin oluşması dışsallık (*externality*) olarak nitelendirilmektedir. Bu etkiler, olumlu (*positive externalities*) veya olumsuz (*negative externalities*) şekilde oluşabilmektedir (Anciaes, 2017: 458-461; van der Borg, 2011: 47). Örneğin turizm sektörünün ekonomik açıdan kendisiyle doğrudan ilişkili olmayan diğer faaliyet alanlarını olumlu yönde etkilemesi veya altyapının gelişimini sağlaması gibi etkiler pozitif dışsallık, çeşitli açılardan zarar verilmesi ise negatif dışsallık olarak ifade edilebilir. Bu bölümde öncelikle turizm faaliyetlerinin olumlu ve olumsuz etkileri genel olarak incelenmekte, daha sonra ise bu etkiler sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan değerlendirilmektedir.

2.1.1. Turizm Sektörünün Sosyo-Ekonomik Etkileri

Turizm sektörü içeriği ve oynadığı rol itibarıyla ekonomik ve sosyal yaşamın temelini teşkil eden önemli bir faaliyet alanını oluşturmaktadır (Butnaru ve Minut, 2012: 489). Bir bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri ve diğer işletmeler ile devlet ve yerel halk gibi aktörler sektörde etkili olmaktadır. Turizm faaliyetlerinin ekonomik faydaları ve ortaya çıkan maliyetleri, bölgedeki aktörleri farklı şekillerde etkilemektedir. Yapılan ekonomik etki analizleri, ekonomik açıdan karşılıklı bu bağımlılıkların somut tahminlerini ve bir bölge ekonomisindeki turizm sektörünün rolü ve öneminin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle bölge ve toplum planlaması ile ekonomik kalkınma açısından turizmin ekonomik etkilerinin tespit edilmesi önem arz etmektedir (Ardahaey, 2011: 207).

Diğer taraftan genellikle ekonomik etki analizinde ele alınmayan çoğu sosyal ve çevresel faktörlerin ekonomik sonuçları bulunmaktadır. Bunlar olumlu veya olumsuz şekilde olabilmektedir. Örneğin, trafik sıkışıklığı hem hane halkı hem de işletmeler için ulaşım masraflarını artıracaktır. Diğer taraftan turistleri bölgeye çeken gelişmiş imkanlar, emeklileri veya bölgedeki diğer iş türlerini de teşvik edebilmektedir (Ardahaey, 2011: 208-209). Buradan hareketle sosyal ve çevresel faktörlerin ekonomik yapı üzerinde olumlu veya olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabildiği de görülmektedir.

2.1.1.1. Turizm Sektörünün Olumlu Sosyo-Ekonomik Etkileri

Turizm sektörü bölgesel kalkınma açısından büyük önem arz eden olumlu sosyo-ekonomik etkiler ortaya çıkarmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde olumlu sosyo-ekonomik etkiler detaylı bir şekilde incelenmekte ve turizm sektörünün sosyo-ekonomik kalkınma açısından önemi vurgulanmaktadır.

2.1.1.1.1. Turizmin Döviz Gelirleri Üzerindeki Etkisi

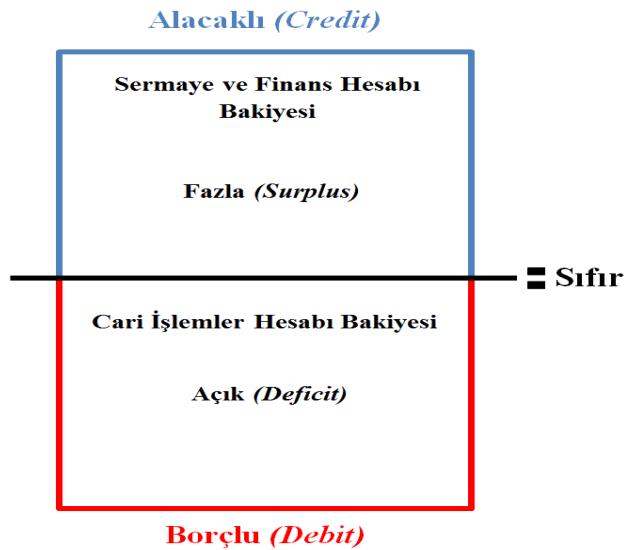
Kuşkusuz bir ulusal ekonomi açısından turizmin en önemli ekonomik faydalarının başında ülkeye kazandırmış olduğu döviz gelmektedir. Döviz ilişkileri ise ödemeler bilançosunda gösterilmektedir. Ödemeler bilançosu, bir ülkenin hükümeti, vatandaşları veya işletmeleri ile diğer tüm aktörler tarafından yapılan her türlü uluslararası döviz işlemlerinin kaydının tutulduğu sistematik bir göstergedir (Heakal, 2019; Riley, 2019).

EK 1’de de görüldüğü üzere, ödemeler bilançosu, cari işlemler hesabı, sermaye ve finans hesabı, net hata ve noksan hesabı ve rezerv varlıklar hesabı olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. Ödemeler dengesi üzerindeki en etkili hesap ise cari işlemler hesabıdır. Cari işlemler hesabı, mal veya hizmet ithalatı veya ihracatı ile ilgili işlemlerin veya bilgilerin kaydedildiği hesaptır (Thano, 2015: 530-531; Reserve Bank of Australia, 2019: 1-6). Bu konudaki diğer önemli bir husus ise turizm ile ilgili işlem ve hesapların da önemli ölçüde cari işlemler hesabına kaydedilmesidir. Yabancı ülkelere destinasyonun ait olduğu ülkeyi ziyaret eden turistlerin yaptığı tüm harcamalardan kazanılan döviz girdileri cari işlemler hesabında yer alan dış turizm hesabının aktif bölümüne kaydedilmektedir. İlgili ülkenin vatandaşlarının turist olarak yabancı ülkelere yaptığı tüm harcamalardan dolayı oluşan döviz çıkışı ise hesabın pasif bölümüne kaydedilmektedir (Şanlıoğlu, 2017: 66-67).

Uluslararası turizm endüstrisi, modern dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen endüstrilerinden birini oluşturmaktadır. Toplam uluslararası ticaretin %10’undan fazlasını ve toplam hizmet ticaretinin neredeyse yarısını oluşturmakta ve dünyanın en büyük ihracat faaliyetlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Birçok ülkede, turizmden elde edilen döviz gelirleri, diğer tüm sektörlerden elde edilen döviz gelirlerini aşmaktadır. Böylece alternatif bir ihracat biçimi olan turizm, döviz kazancı ve turizmin genişlemesinden elde edilen gelirler üzerinden ödemeler dengesine katkıda bulunmaktadır (Schubert ve Brida, 2011: 149; Leon ve Eeckels, 2011: 127). Uluslararası turizm faaliyetleri turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını artırarak ödemeler dengesini etkilemektedir (Cengiz, 2018: 269). Bu nedenle pasif bölüme kaydedilen turizm giderleri “görünmeyen ithalat” (*invisible import*) olarak nitelendirilmekte, aktif bölüme kaydedilen turizm gelirleri ise “görünmeyen ihracat” (*invisible export*) olarak nitelendirilmektedir (Holloway, Humpreys ve Davidson, 2009: 99-100; Kenton, 2019; Dineshbakshi, 2019). Örneğin, Birleşik Krallık vatandaşı bir turist tatil yapmak için ABD’ye seyahat ederse, ABD turizm hizmetleri sağlayarak döviz kazandığı için görünmez bir ihracat yapmış olacaktır. ABD vatandaşı bir turistin Birleşik Krallığa tatil yapmak için seyahat etmesi durumunda ise ABD için görünmez ithalat ve Birleşik Krallık için görünmez ihracat olacaktır.

Ödemeler bilançosunda döviz girdisi ile çıktısının dengede (sıfır çizgisinde) olması gerekmektedir. Şekil 1.'de de görüldüğü gibi döviz girdisi fazla olan ülkelerin ödemeler dengesinde cari işlemler hesabı fazla (*surplus*) vermekte, döviz çıkışı fazla olan ülkelerin cari işlemler hesabında ise açık (*deficit*) oluşmaktadır. Aynı zamanda ödemeler dengesinin hesap bakiyesinde cari işlemler hesabı fazla veren ülkeler “alacaklı” (*credit*), cari işlemler hesabı açık veren ülkeler ise “borçlu” (*debit*) olarak kayda geçmektedir (Federal Reserve Bank of New York, 2009; Reserve Bank of Australia, 2019: 1-6; More, 2019; Heakal, 2019; Riley, 2019; Santoro, 1967: 28-31). Cari işlemler hesabı fazla veren ülkeler fazla döviz dengede tutmak için halkı uluslararası turizm faaliyetlerine yönlendirmekte, cari işlemler hesabı açık veren ülkeler de döviz girdisi sağlayarak açığı kapatabilmek için ülkelerine daha fazla turist çekme çabasında bulunmakta veya kendi vatandaşlarının uluslararası turizm faaliyetlerine katılmasını kısıtlayabilmektedir (Holloway vd., 2009: 99-100; Santoro, 1967: 28-31). Turizm, uluslararası cari hesapta ticaret dengesinin büyüyen bir bileşenidir (Cheng, Kim ve Thompson, 2012: 1). Turizm faaliyetlerinin dünyada yaygın bir şekilde artması ve turizm sektörünün hızlı bir gelişim göstermesi, ülkelerin daha fazla döviz kazancı elde etmesi açısından önemli bir ekonomik fırsat sunmaktadır (Cleverdon ve Edwards, 1982: 143). Bu nedenle turizm sektörünün büyümesi ödemeler dengesindeki açığın azaltılmasını sağlamaktadır (Rasheed, Meo, Awan ve Ahmed, 2019: 7; Santoro, 1967: 28-31).

Şekil 1. Ödemeler Dengesi Hesap Bakiyesi



Kaynak: (Reserve Bank of Australia, 2019: 1-6)'dan uyarlanmıştır.

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkileri birincil, ikincil ve üçüncül etkiler olarak üç kategoriye ayrılabilir. Birincil etkiler doğrudan ve nispeten kolay ölçülebilen etkilerdir. Bunlar yabancı turistlerin yaptığı tüketim harcamalarıdır (ulaşım, konaklama, yeme-içme vb.) ve yalnızca uluslararası sınırlar aşıldığında ortaya çıkmaktadır. İkincil ve üçüncül etkiler daha karmaşıktır ve ölçülmesi zordur. İkincil etkiler doğrudan ikincil etkiler, dolaylı ikincil etkiler ve uyarılmış ikincil etkiler olarak ayrılmıştır. Doğrudan ikincil etkiler, ithalat, seyahat acentelerine ödenen komisyonlar, sızıntılar, yabancı yatırımcılara ödenen kar payı vb. harcamaları içeren ve turizm kapsamında yapılan tüm ithalat faaliyetleridir. Dolaylı ikincil etkiler, ilk turist harcamalarının ikincil transferlerini içermektedir. İlk elde edilen gelirin, mal ve hizmet üreten diğer işletmelere aktarılmasıdır. Bu işletmeler ithal hammadde kullanıyorsa bu durum döviz çıkışına neden olacak, dolayısıyla ödemeler dengesi etkilenecektir. Uyarılmış ikincil etkiler, işgücü/emek açısından yurtdışına gönderilen ödemelerin oranını içermektedir. İşletmelerin elde ettiği artan turistik gelirler işgücünün ücretine yansiyacak ve personel ücretlerinde artış olacaktır. Aynı zamanda işletmede çalışan yabancı işgücü oranı oluşacak sızıntıların oranının da belirleyicisi olacaktır. Üçüncül etkiler ise, doğrudan turist harcaması ile tesis edilmemiş para akışlarıdır. Destinasyon ülkesinin turist çekmek için yaptığı harcamalar ve ithalat faaliyetleri, ayrıca turist gönderen ülkenin yaptığı ihracat faaliyetleridir. Bunlar, örneğin turizmin ortaya çıkardığı yatırım fırsatlarının yanı sıra yurtdışına seyahat etmek için ithal edilen ürünleri (örneğin valiz vb.) içermektedir (Ardahaey, 2011: 209-210).

EK 2’de de görüldüğü gibi dış turizm bilançosu aktif ve pasif olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Bilançonun aktif bölümünde turistlerin ve dış ülkelerin yapmış olduğu her türlü turistik harcamalar yer almakta ve döviz girdisi olarak kaydedilmektedir. Pasif bölümde ise yerli vatandaşların dış ülkelerde yapmış olduğu her türlü turistik harcamalar yer almakta ve döviz çıkışı olarak kaydedilmektedir. Bilanço aktif ve pasif bölümün karşılaştırılması ile değerlendirilmektedir. Aktif bölümün fazla çıkması dış turizm gelirlerinin başka bir ifade ile döviz gelirlerinin dış turizm giderlerinden/döviz çıktısından fazla olduğu anlamına gelmektedir. Aktif bölümün fazla çıkması istenilen bir durumdur ve bu durum ödemeler dengesini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca bu durum ödemeler dengesinde cari hesabın fazla vermesini sağlamaktadır. Pasif bölümün fazla çıkması ise dış turizm giderlerinin başka bir ifade ile döviz çıktısının dış turizm gelirlerinden/döviz girdisinden fazla olduğu anlamına gelmektedir. Pasif bölümün fazla

çıkması ödemeler dengesini olumsuz yönde etkileyen ve istenmeyen bir durumdur. Bu durum ödemeler dengesinde cari açığa neden olmaktadır.

2.1.1.1.2. Turizmin Gelir ve Çarpan Etkisi

Turistlerin konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaştırma, iletişim, alışveriş vb. mal veya hizmetlere yapmış olduğu her türlü harcamalar ilgili işletmeler veya turizm sektörü ile bağlantılı birçok sektör için doğrudan gelir etkisi oluşturmaktadır. Turizmden gelir elde eden bu işletmelerin yaptıkları harcamalar da ekonomi içerisine tekrar girmekte ve diğer sektörler için dolaylı gelir etkisi oluşmaktadır. Bu döngü devam ederken işletmelerin elde ettikleri gelir, dış ödeme veya vergiler, mal veya hizmet üretirken yaptıkları ithalat vb. faaliyetlere karşılık sızıntı olarak ekonomi dışına çıkmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün oluşturduğu istihdam artışı da kişisel gelirlerin artmasını sağlamaktadır. Kişisel gelirlerin artması doğrultusunda tüketim harcamaları da artmakta ve bunun sonucunda uyarılmış etki oluşmaktadır. Turizm sektöründen kaynaklanan doğrudan, dolaylı ve uyarılmış gelir etkisi çarpan (çoğaltan) mekanizmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu etki ekonominin her kesimini etkileyebilmektedir. Ekonomi içerisine giren ilk harcama ekonomi içerisinde dolaşırken sızıntılardan dolayı azalmakta ve bu döngü durana kadar devam etmektedir. Sonuç olarak ilk harcanan miktar ekonomi içerisinde kendisinden daha fazla gelir yaratmasını sağlamaktadır. Ayrıca turizm sektörünün ekonomide yarattığı gelir ve çarpan etkisi bireylerin gelirlerini artırarak refahını yükseltmekte, dolayısıyla ekonomik kalkınma büyük bir ivme kazanmaktadır (Holloway vd., 2009: 93-97; Mill ve Morrison, 1992: 290-293; Stynes, 1997: 6; Goodwin, 2008: 55-64; Burkart ve Medlik, 1981: 74). Turizm sektörü birçok sektörle bağlantılıdır. Çarpan etkisi de turizm sektörünün bu çok bağlantılı yapısından kaynaklanmakta ve ortaya çıkan etkilerin değeri giderek artmaktadır. Belirtilen etkiler turizm sektörünün geliştiği bölgelerde yoksulluğu da azaltmaktadır.

Ayrıca turizm sektöründe turizm işletmelerinin ve çalışanlarının vergilendirilmesi ve harcamaları, turistlerin turizm faaliyeti kapsamında vergilendirilmeleri (vize ücretleri, harçlar vb.), turistik harcamalar sonucunda ödenen vergiler (satın alınan mal veya hizmet üzerinden alınan vergiler), bazı turistik merkezlere (müze, ören yerleri vb.) girmek için ödenen ücretler ve diğer tüm doğrudan ve dolaylı vergiler, harçlar vb. tüm harcamalar doğrudan veya dolaylı olarak devlete önemli düzeyde gelir sağlamaktadır (Lemma, 2014: 2-6).

Devletin de turizm sektörünü geliştirmek için yaptığı bazı doğrudan ve dolaylı harcamalar bulunmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 30-32). Doğrudan harcamalar, altyapı ve üstyapı harcamaları, kamu kapsamında turizm hizmeti sunan merkezlerin (ulaştırma hizmetleri, müze vb.) giderleri, tanıtım, pazarlama, reklam, AR-GE ve yönetim giderleridir. Devletin turizm sektörü için yapmış olduğu dolaylı harcamalar ise vergi indirimleri veya muafiyetleri, teşvikler, krediler, borçlar vb. destekler ve yardımlardır (Selçuk, 2013: 101).

2.1.1.1.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörü emek yoğun yapıya sahip bir sektördür ve insan odaklıdır. Turizmin hizmet sektörü içerisinde yer alması ve insan odaklı olması, işgücünün turizm sektörü içerisindeki önemini artırmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı turizm sektörü önemli oranda istihdam fırsatı oluşturmaktadır.

Her türlü ihracat faaliyetinde olduğu gibi, turizm de bir gelir ve istihdam kaynağıdır ve turizm bir dizi faaliyet için kaldıraç görevi görmektedir (Di Simone, 1999). Ancak turizm sektörünün kendine has yapısından ve bazı özelliklerinden dolayı (mevsimsellik, emek yoğun, işgücü devir oranının yüksek olması, birçok sektörle bağlantılı olması vb.) istihdam üzerindeki etkilerinin ölçülmesi oldukça zordur (Vellas ve Becherel, 1995: 218).

Turizm sektörünün istihdam üzerindeki etkileri doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkiler olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Doğrudan istihdam, turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, eğlence vb. işletmelerde yer alan, turistik harcamalar nedeniyle veya artan turizm talebini karşılamaya yönelik olarak yaratılan istihdam türüdür. Dolaylı istihdam, doğrudan turistik harcamalar nedeniyle oluşmayan, elde edilen gelirlerin tekrar harcanmasıyla turizm sektörüne girdi sağlayan diğer sektörlerde yaratılan turizm arzındaki istihdamın bir sonucudur (örneğin turizm işletmelerinin bakım ve onarımında gereken veya turizm işletmelerine gıda temin eden sektörlerde oluşan istihdam). Uyarılmış istihdam ise doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelirlerin harcanmasıyla ekonomide yaratılan ve turizm çarpanı etkilerinden kaynaklanan ek istihdam türüdür (Goffe, 1975: 26; Mathieson ve Wall, 1992: 75-78; Ardahaey, 2011: 211). Bu özellikleri ile turizm sektörü yeni iş fırsatlarını artırarak

kapsayıcı ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmektedir (Ferreira vd., 2017: 59-60; Belisle ve Hoy, 1980: 95).

Tablo 4’de de görüldüğü gibi turistlerin yaptığı harcamaların diğer sektörleri de etkileyerek birçok alanda istihdam yarattığı, doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam etkisi oluşturduğu turizm sektörünün toplam istihdam üzerindeki etkisini önemli düzeyde ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Turizm Sektöründe Yapılan Harcamaların Ortaya Çıkardığı İstihdam Alanları

Turistlerin Harcama Yaptıkları Yerler	Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar	En Son Yarar Sağlayanlar
- Konaklama - Yiyecek - İçecek - Uluslararası Ulaşım - Gezi ve Turlar - Eğlence - Hatıra ve Hediyeelik Eşya - Fotoğraf - Kişisel Bakım, İlaç ve Kozmetik - Giyim - Diğer	- Maaşlar ve ücretler - Bahşişler, İkramiyeler - Yerel Vergiler, Gelir Vergileri - Komisyonlar - Müzik ve Eğlence - Yönetimsel ve Genel Harcamalar - Yasal ve Mesleki Hizmetler - Yiyecek-İçecek vb. Satın Alımları - Malzeme ve Üretim Maddeleri Alımı - Tamir, Bakım, Onarım, Koruma - Reklam, Tanıtım, Yayın İyileştirme Çalışmaları - Toplu Hizmetler: Su, Gaz, Elektrik, Çevre vb. - Ulaştırma - Lisanslar: İzin Belgeleri - Sigorta Primleri - Gayrimenkul ve Araç-Gereç, Teçhizat Kiralama - Mobilya ve Demirbaş Eşyalar - Borçların Anapara ve Faiz Geri Ödemeleri - Gelir, Kurumlar ve Diğer Vergiler - Amortisman - Yatırımcılara ve Yabancı Sermayeye Transferler ve Geri Dönüşler (kar payı, iştirak hissesi vb.)	- Muhasebeciler, Mühendisler, Uzmanlar, Mütcahitler, Yöneticiler, Hissedarlar - Reklamcılar, Tanıtımcılar, Medya, Yayınevleri, Matbaa - Nalburlar, Hırdavatçılar, Elektrikçiler - Mimarlar, Avukatlar, Doktorlar, Dişçiler - Esnaf ve Zanaatkarlar, Bankalar - Fırınlr, Bakkallar, Marketler, Kasaplar, Hayır kurumları, Vakıflar, Sendikalar, Dernekler - Kulüpler, Otomobil Acentaları - Kasiyerler, Veznedarlar, Tezgahtarlar, Sekreterler - Eczaneler, Baharatçılar, Çiftçiler, Balıkçılar, Giyim Mağazaları, Konfeksiyoncular, Mandıracılar, Sütçüler - Yemekçiler, Çamaşırhaneler, Kuru Temizlemeciler - Lokantalar, Hediyeelik Eşya Mağazaları - Ressamlar, Rehberler, Danışmanlar - Büyük Mağazalar, Toptancılar, Perakendeciler - Beden İşçileri, Taşıyıcılar, Oto Tamir ve Bakımcıları - Yönetim: Eğitim, Sağlık, Havayolları, Demiryolları, Denizyolları ve Karayolları, Toplu Hizmetler vb. - Finansmancılar, Emlakçılar, İthalatçılar, Sigorta Şirketleri, Gayrimenkul Şirketleri - Gece Kulüpleri, Barlar, Diskolar - Araç-Gereç Satıcıları, Tamirat ve Tadilatçılar, Boyacılar - Kapıcılar, Bekçiler, Kat Hizmetleri, Plaj Yardımcıları, Bahçıvanlar - Ulaştırma, Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri

Kaynak: (McIntosh ve Gupta, 1980: 222-223)’dan uyarlanmıştır.

Turizm sektöründe istihdam artışı talebe bağlıdır. Talep düzeyi yüksek olduğunda işgücüne olan ihtiyaç ve talep artmakta, dolayısıyla bu durum sektörde istihdam artışına neden olmaktadır. Talebin düşük seviyede olduğu dönemlerde ise işgücüne olan gereksinim azalmakta, sonuç olarak bu durum sektörde istihdam kayıplarını ortaya çıkarmaktadır (Sinclair ve Stabler, 1997: 140; Braendvang, Dybedal, Johansen ve Sorensen, 2001: 16-17). Turizm sektöründe mevsimsel, yarı zamanlı, düşük ücretli ve niteliksiz işgücü istihdam edilmesi ve olumsuz çalışma şartları sektörün istihdam üzerindeki dezavantajlarıdır (Holloway vd., 2009: 98-99). Diğer sektörlerle oranla turizm sektöründe kadınların ve niteliksiz bireylerin daha fazla istihdam edilmesi ve böylece bu bireylere gelir aktarılması turizm sektörünün avantajlı yönleri arasında yer almaktadır (Sinclair ve Stabler, 1997: 144-146; Lemma, 2014: 12-14; Robinson ve Picard, 2006: 79-81). İstihdam ve gelir imkanları sağlayan turizm sektörü bölgesel yoksulluğu azaltma ve refah seviyesini yükseltme hususlarında önemli rol oynamaktadır.

2.1.1.1.4. Turizmin Yatırımlara Etkisi

Turizm faaliyetleri bir bölge için gerekli tüm tesislerin inşası ve bölge veya ülkelerin hedeflerine ulaşması gibi büyük ölçüde faydalı uygulamaların merkezinde yer almaktadır (Baerenholdt, 2009). Turizm sektöründe yatırımlar kaynağına göre kamu (devlet) yatırımları ve özel yatırımlar olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Kamu yatırımları genellikle devlet destekli havaalanları, turizmle ilgili altyapı gelişimine yönelik toplu yatırımlar, su, temizlik ve elektrik temini gibi kamu hizmetleri, bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) tabanlı altyapı ve tatil yerlerinin, ziyaretçi merkezlerinin ve turistik bilgi ofislerinin inşası vb. yatırımları kapsamaktadır. Ancak kamu tarafından yapılan turizm yatırımları, kısmen turizm amaçlı olarak kullanılabilmesine rağmen, karayolları veya toplu taşıma gibi çok amaçlı altyapılara harcanan yatırımları kapsamamaktadır. Diğer yandan, özel yatırımlar genellikle ticari amaçlar için yapılmış ve çoğunlukla kar amaçlı küçük ve orta büyüklükteki işletmelerdir. Bu nedenle, turizme yapılan özel yatırımlar, tatil evleri, oteller, kongre merkezleri, uçaklar, yolcu gemileri ve otobüsler gibi ticari konaklama ve ulaştırma hizmetlerine odaklanmaktadır. Aynı zamanda yiyecek ve içecek hizmetleri, eğlence hizmetleri, kültürel hizmetler, turist rehberi ve tur operatörü hizmetleri gibi turizm ile ilgili ürünleri de içermektedir. Kamu

ve özel yatırımın yanı sıra, kamu-özel ortaklığı da son yıllarda alternatif bir turizm yatırım kaynağı olarak ortaya çıkmıştır (WTTC, 2015).

Turizm sektörü ile yapılan yatırımlar istihdamın artmasına, kadınların, gençlerin işgücüne katılmasına ve gelir elde etmesine imkan tanımaktadır (Philips ve Faulkner, 2009: 16). Neredeyse tüm diğer sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de büyümenin anahtarı yatırımdır. Turizm ve yatırım ilişkisi karşılıklıdır. Yatırımlar turizm sektörünün büyümesine sağlamakta, büyüyen turizm sektörü de yatırımların artmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin turizm potansiyeli olan bir bölgeye yapılan yatırımlar turizm sektörünün büyümesini sağlayarak daha fazla istihdam, gelir, döviz kazancı vb. fırsatları ortaya çıkarmaktadır (Kobra, Bhuiyan ve Zayed, 2018: 4; Pedrana, 2013: 94-95). Diğer yandan, turizmle birlikte oluşabilecek iki önemli girdi vardır. Bunlar yatırım sermayesi ve girişimciliktir (Dwyer ve Fosyth, 1994: 516). Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomiye yararlı olduğu bilinmektedir (Ardahaey, 2011: 211). Bu faaliyetlerin teşvik edilmesi beraberinde yatırımların artmasını sağlamaktadır. Herhangi bir destinasyonda bir girişimcinin turizm sektöründe faaliyet göstermesi için yatırım yapması örnek gösterilebilir. Ayrıca turizm sektöründe yapılan yabancı yatırımlar destinasyonun veya ülkenin pazarlama ve tanıtımını artırmakta, sonuç olarak destinasyona veya ülkeye daha fazla ziyaretçi çekmektedir. Aynı zamanda bu yatırımlar sunulan mal veya hizmet kalitesini artırabilir. Bu da yatırım yapılan ülkenin veya destinasyonun rekabet avantajı sağlaması açısından önemli olmakla birlikte, daha fazla turisti de çekme fırsatı sağlamaktadır. Ancak yabancı yatırımlar sızıntıya yol açabilmektedir (Dwyer ve Fosyth, 1994: 522-533).

Turizm sektöründe ülkeye önemli düzeyde yabancı sermaye girişi sağlayarak ekonomiyi güçlendiren temel yabancı yatırım yöntemleri (uluslararası pazara giriş stratejileri); (1) tam sahiplik (*wholly owned subsidiary*), (2) ortak girişim (*joint venture*), (3) stratejik işbirliği (*strategic alliance*), (4) lisans sözleşmesi (*licensing*), (5) imtiyaz anlaşması (*franchising*), (6) yönetim sözleşmesi (*management contract*) ve (7) konsorsiyum (*consortia*) olarak sıralanmaktadır (Clarke ve Chen, 2007: 178).

Sonuç olarak turizm sektöründe yapılan yerli veya yabancı yatırımlar altyapı ve üstyapının gelişimini sağlamakta, istihdam ve geliri artırmakta, destinasyonun veya ülkenin tanıtım ve pazarlamasını sağlayarak mal veya hizmet kalitesini artırmakta,

rekabet edebilirliği sağlamakta, ayrıca destinasyona daha fazla turist gelmesini sağlayarak döviz girdisinin ve devlet gelirlerinin artırılmasına katkı sunmaktadır. Bu yönüyle yatırımlar turizm sektörünün gelişmesini sağlamakta, turizm sektörü de destinasyonun gelişmesi ve ülkenin kalkınmasına yardımcı olmaktadır.

2.1.1.1.5. Bölgelerarası Dengeli Kalkınma İle Alt ve Üstyapının Gelişimine Yönelik Etkisi

Ekonomik kalkınmayı destekleyen ve mümkün kılan altyapı ve üstyapı hizmetleri toplumun ve turistlerin ihtiyacını karşılamalıdır (Medlik, 2003: 93). Turizm, ekonomik ve sosyal faydaları artırmak, endüstriyel altyapıyı düzeltmek, optimize etmek ve istihdam olanakları ve yaşam kalitesindeki iyileşmeyi artırmak için etkili bir sektördür (Jin, Xu ve Huang, 2019: 1). Turizm faaliyetleri daha öncede ifade edildiği üzere, bölgesel kalkınmanın sağlanması ve bölgesel eşitsizliklerin giderilmesine katkıda bulunan önemli bir kalkınma aracıdır (Afrodita, 2012: 507). Bu nedenle bölgelerarası eşitsizliği giderme ve altyapı ve üstyapı hizmetlerinin geliştirilmesi hususunda turizm sektörü önemli bir rol oynamaktadır.

Turizm faaliyetleri (özellikle şarap turizmi, kırsal turizm vb.) kırsal ekonomiyi desteklemektedir. Yerel düzeyde hizmet sunan işletmelerin gelişimi, altyapı ve hizmetlerin büyümesi, istihdam yaratılması, yerel ürün markalaşması, daha fazla turist ziyareti ve kurumsal yatırımların çekilmesi, turizmin bu üretim alanlarında bölgesel topluluklar için sağlayabileceği potansiyel faydalardan bazılarıdır (Scott, 2010: 24-25). Ayrıca turizm (özellikle şarap turizmi, kırsal turizm vb. kırsal alana daha fazla fırsat sunan turizm türleri), gerçekleştiği bölgede ekonomik aktivitelerin artmasını sağlamakta ve orada yaşayan toplulukların pozitif getiriler elde etmesine fırsat sunmaktadır (McRae-Williams, 2005: 4-5). Yukarıda belirtilen etkiler, geri kalmış bölgelerde sosyo-ekonomik yapıyı hareketlendirerek kalkınmaya büyük ivme kazandırmaktadır.

Ekonomik büyümeyle ilgili bölgesel faydaların yanı sıra, turizmin insanlara daha fazla iş ve girişimcilik imkanı sağlaması ve rekabetin artması nedeniyle eğitim seviyelerini yükseltmeleri için onları teşvik etmesi, çevreyi korumaya yardımcı olması ve yaşam kalitesini yükseltmesi gibi faydaları da bulunmaktadır (De Aguinaga, 2014: 34-35).

Turizmin gelişmesi ile birlikte ev sahibi toplumlarda, içme suyu temini, düzenli enerji arzı ve modern ulaşım imkanları yaygınlaşmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 36-37). Turizm faaliyetleri, özellikle düşük gelirli ve işsizliğin yüksek olduğu bölgeler ile sermaye dağılımının eşit olmadığı bölgelere ve birincil sektöre olan bağımlılığı da azaltmaya yardımcı olmaktadır (Lama, 2012: 23). Son yıllarda turizm işletmeleri yoksullar ve dezavantajlı kişiler için gelişmekte olan fırsatları somut olarak artıran ve yerel toplulukları değer zincirine dahil eden karlı temel iş faaliyetleri ve kapsayıcı iş modelleri uygulamaya başlamıştır (Adiyia ve Vanneste, 2018: 11).

Turizm faaliyetleri konaklama sektöründen ulaştırma sektörüne, turist rehberliğinden niteliksiz kişiler ile çömlekçiliğe ve pilotluğa kadar çok çeşitli iş olanakları sunmaktadır. Kalkınma faaliyetleri için güçlü bir araç olan turizm sektörüne doğrudan ve dolaylı olarak dahil olan çok sayıda işgücü bulunmaktadır. Aynı şekilde, eğitim düzeyi düşük kadınlar ve gençlere daha fazla fırsat sunarak onları işgücü piyasasına kazandırmaktadır. Bu tür fırsatlar, yerel ekonomik durumu uzun vadede sürdürülebilirliğe dönüştürmekte ve teşvik etmektedir. Turizm, diğer ekonomik faaliyet türlerinin zor olduğu veya mümkün olmadığı bölgelerin gelişmesinde de etkili bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda tek bir sektöre olan bağımlılık (örneğin tarım ve hayvancılığa olan bağımlılık) turizmin gelişimi ile azaltılmaktadır. Ayrıca yerel kültürün ve geleneklerin gelişimini de desteklemeye yardımcı olmaktadır (Lama, 2012: 22; Belisle ve Hoy, 1980: 95).

Turizm faaliyetleri, ev sahibi toplumların ekonomik durumlarının değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Turizm faaliyetlerinin artırılması, çeşitli iş imkanları oluşturduğu için farklı becerilere sahip çalışanlar gerektirmektedir. Ayrıca, turizm faaliyetlerinin artması yurtdışında çalışan işçilerin birikimlerini kendi ülkelerine yatırımları ve kullanmaları için de bir fırsat sunmaktadır. Diğer taraftan turizm yatırımları, yeni işletmelerin kurulması ve yeni iş alanlarının genişlemesini sağlamasından dolayı yerel halkın ekonomik refahını artırmaya yardımcı olmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 33-34).

Ayrıca ev sahibi toplumlarda turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, demografik yapının dönüştürülmesi mümkündür. Nitelikli göçmenler beceri gerektiren işlerde hizmet etmek amacıyla ev sahibi ülkelere göç etmektedir. Diğer taraftan istihdam fırsatlarındaki gelişmeler sonucunda aile büyüklüğü ve nüfus yapısı

değişebilmektedir. Bunlara ek olarak sermayenin hareketliliği ve emeğin niteliği, toplumların geleneksel yapısını değiştirdiği gözlenmektedir. Uzun vadede, eğitim ve kültürel etkileşim de aile ilişkilerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Turizm faaliyetleri nedeniyle artan iş fırsatları, genç çalışanlardan daha fazla vergi toplanmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca teşvik edilen yatırımların artan iş fırsatları yaratması muhtemeldir ve bu durum ise ev sahibi toplumların refahını artırmakta ve finansal faaliyetleri hızlandırmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 34-35). Bu ifadeler ek olarak turizm sektörü bölgede fiyatların (arazi, konut, ürün vb.) artmasını sağlayarak, ekonomiyi canlandırmaktadır (Ardahaey, 2011: 206).

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere, turizm sektörü geliştiği bölgelerde yatırımların artmasını sağlayarak bölgenin altyapı ve üstyapısının gelişmesini teşvik etmekte ve bölgenin pazarlama, tanıtım ve imajına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bu yatırımlar sonucu bölgede çeşitli istihdam ve girişimcilik fırsatları ortaya çıkmaktadır. Topluma sunulan çeşitli iş fırsatları sayesinde kişilerin gelir elde etmesi sağlanmakta ve gelir düzeyleri artmaktadır. Böylece bölgede tek bir sektöre olan bağımlılık da azalmakta ve bölge ekonomisi çeşitlenmektedir. Diğer yandan turizm, beceri gerektiren işler için kişilerin eğitilmesini sağlamakta ve eğitimi teşvik etmektedir. Turizm sektörü bölgedeki diğer sektörlerle (ulaştırma, tarım vb.) bağlantılar kurarak onlarla ticaret faaliyeti gerçekleştirmekte ve bu sektörlerle katkılar sağlamaktadır. Turizm sektörünün sağladığı bu faydalar sayesinde ilgili bölgenin altyapı ve üstyapısı gelişmekte ve geri kalmış bölgeler ile gelişmiş bölgeler arasındaki farklar veya eşitsizlikler nispeten azalmaktadır.

2.1.1.1.6. Turizmin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörü geniş çaplı bir sektördür ve diğer sektörlerle yakından ilişki içerisindedir (Lundberg, Stavenga ve Krishnamoorthy, 1995: 4). Bu yakın ilişki turizm sektörünün yaklaşık diğer 55 sektörü doğrudan etkilemesini sağlamaktadır (AKTOB, 2014). Hizmetler sektörü kapsamında yer alan turizm sektörünün, tarım, sanayi ve diğer hizmet sektörleri ile de işbirliği ve bağlantısı bulunmaktadır. Bu bağlantılı yapı turizm sektörünün diğer sektörler üzerinde çeşitli etkiler ortaya çıkarmasına neden olmaktadır.

Turizm sektörünün gelişimi sadece ekonomik büyümeyi doğrudan arttırmakla kalmamakta, aynı zamanda diğer sektörlerin büyümesini de teşvik etmektedir (Gökovalı

ve Bahar, 2006: 10). Turizm sektörünün gelişmesi diğer sektörlerle olan yatırımları da artırmaktadır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2014: 158). Bu bölümde turizm sektörünün tarım, sanayi ve diğer hizmet sektörleri ile olan ilişkisi değerlendirilmektedir.

2.1.1.1.6.1. Turizmin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkisi

Turizm işletmeleri, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli ürünleri tedarik edebilmek amacıyla tarım sektörü ile bağlantı kurmak zorundadır. Destinasyonda turizm talebinin artışı doğrultusunda turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretilen tarım ürünlerine (yiyecek-içecek vb.) olan talep düzeyi de artmaktadır. Tarım sektöründeki ürünlere olan talebin artması üretimi de artırmaktadır. Bu durumda tarımsal ürün satan kişilerin satışları ve gelirleri artmaktadır. Ayrıca destinasyonda üretilen yerel ürünlerin turistlere yönelik satışı doğrultusunda da tarım sektöründe çalışan kişiler gelir elde etmektedir. Bu çerçevede destinasyonda kırsal turizm ve ekoturizm gibi turizm türlerinin gelişmesi tarım sektörü için daha avantajlı olabilmektedir (Demirezen, 2018: 83-85). Özellikle yukarıda belirtilen bu faydalar çerçevesinde turizmin gelişmesi hem kırsal bölgelerde tarımsal üretimi teşvik etmekte hem de bölgelerarası eşitsizliği azaltmaktadır (Demirezen, 2020: 69-70).

Diğer yandan turizm faaliyetleri, bölgede tarım sektörüne olan aşırı bağımlılığı azaltarak mevsimsel işsizliği ve atıl kapasiteyi önlemekte, istihdam fırsatlarını artırmakta ve ekonomik faaliyetleri çeşitlendirmektedir (Lama, 2012: 22-23). Ayrıca bölgede yaşayan halkın kırsal turizm vb. faaliyetler kapsamında mülklerini turistlere kiraya vermeleri ek gelir elde etmelerine imkan sağlamaktadır (İçöz ve Kozak, 2002: 253). Örneğin otelde yiyecek-içecek hizmeti sunulması için gerekli ürünlerin bölgedeki yerel tarımsal ürün üreticilerinden satın alınması tarım sektörüne destek sağlamaktadır.

2.1.1.1.6.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkisi

Turizm işletmeleri, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli ürünleri tedarik edebilmek amacıyla sanayi sektörü ile ilişki içerisinde bulunmak zorundadır. Turizm sektöründe işletmelerin turistlere mal veya hizmet üretip sunabilmesi için çeşitli araç-gereçlere (mutfak ekipmanları, bilgisayar vb.) ihtiyaç duyulmakta ve bu ihtiyaçlar sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerden karşılanmaktadır. Ayrıca turizm

yatırımlarında kullanılan gerekli malzeme, araç-gereç, teknolojik ürünler vb. eşyalar sanayi sektöründen temin edilmektedir. Turizm sektörü ayrıca tüketim ürünleri (sigara, içecek vb.) üreten sanayi dallarına da katkı sağlamaktadır (Olalı ve Timur, 1988). Böylece turizm sektörüne ürün tedarik eden sanayi sektörünün önemli düzeyde gelir elde ettiği görülmektedir. Örneğin yeni yapılacak bir otelin inşaat malzemelerinin (demir, çimento vb.) bölgedeki sanayi işletmelerinden karşılanması veya otelin ihtiyacı olan beyaz eşyanın bölgedeki sanayi işletmelerinden satın alınması sanayi sektörüne olan desteği göstermektedir.

2.1.1.1.6.3. Turizmin Hizmet Sektörü Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörü, tarım ve sanayi sektöründe olduğu gibi hizmet sektörünü de etkilemektedir. Hizmetler sektörü günlük tüketimle ilgili hizmetleri (ekmek, et, manav vb.), lüks tüketime yönelik hizmetleri (kuyumcu, kozmetik), sağlık, banka, sigorta ve güvenlikle ilgili hizmetleri, turizme yönelik hizmetleri (rekreasyon, animasyon, ulaşım, eğlence vb.), bazı ticaret dallarını (elektrikçilik, mobilyacılık, inşaat vb.) ve kamu hizmetlerini kapsamaktadır (Şanlıoğlu, 2017: 91-92). Turizm sektörü turistik ihtiyaçları karşılamak için diğer hizmet sektörleri ile işbirliği yapmaktadır. İşbirliği sonucunda ise turistik harcamalar ile bu hizmetlerin gelişmesi sağlanmaktadır. Örneğin destinasyona gelen turistlerin ulaştırma hizmetinden faydalanması ulaştırma işletmesinin gelir elde etmesini sağlamaktadır.

2.1.1.2. Turizm Sektörünün Olumsuz Sosyo-Ekonomik Etkileri

Turizm sektörünün bölgesel kalkınma açısından önemli sayılabilecek olumsuz sosyo-ekonomik etkileri bulunmaktadır. Bu bölümde olumsuz sosyo-ekonomik etkiler çeşitli başlıklar altında değerlendirilmektedir.

2.1.1.2.1. Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Enflasyon, fiyatlar genel seviyesinde sürekli bir artış veya paranın satın alma gücünde süreklilik arz eden bir düşüş olarak tanımlanabilir. Turizm sektörü turistik bir destinasyona gelir, iş fırsatları ve refah artışı sağlarken, turistik arzın talebi karşılayamadığı dönemlerde talep ve arz açısından bir dengesizliği de ortaya çıkarabilmekte ve kaynakların maliyetini artırabilmektedir. Bu kaynakların fiyatları

yükseldikçe enflasyonist bir etki ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmeleri, konaklama, yiyecek-içecek, arazi veya mülk, emek, eğlence vb. mal veya hizmet maliyetlerini karşılayabilmek için daha yüksek fiyat talep etmek zorunda kalacak ve böylece mal veya hizmet fiyatları yükselecektir. Ayrıca satın alma gücü azaldığı için yerel nüfusun bir kısmı artan maliyetleri karşılamakta zorlanabilecek ve kendi toplumlarının kaynaklarına ulaşma hususunda sorunlar yaşayabilecektir. Diğer yandan fiyatlar yükseldiği için turistik talep düzeyi düşecek ve turistler daha ucuz olan mal veya hizmeti satın almaya yönelecektir (Holloway vd., 2009: 103; Tribe, 2004: 272-273; Bull, 1995; Kreag, 2001: 6-12).

2.1.1.2.2. Ekonominin Turizm Sektörüne Aşırı Bağımlılığı

Kırsal alanlar veya azalan sanayi alanlarına sahip bazı ülkeler veya bölgeler için turizm, ekonomik faaliyetleri çeşitlendirme ve yerel nüfus için fırsatlarını artırma imkanı sunabilir. Buna ek olarak, belirli bir sektördeki herhangi bir gerileme, diğer sektörlerdeki artış veya istikrar ile dengelenebilir. Bu duruma bir örnek olarak, tekstil ve mühendislik endüstrilerinde bir düşüş yaşandığı zaman, turizmi teşvik etmek isteyen Birleşik Krallık'daki Bradford şehri gösterilebilir. 1980'lerin ortalarında yerel yönetimin kentteki turizmi teşvik etmek için girişimler yaptığı ve finansman sağladığı görülmüştür. 2000'li yılların başında, şehirde her yıl satılan otel yatak sayısı dört katı artarak 370 binin üzerine çıkmıştır. Turizm endüstrisi, daha az gelişmiş ülke veya bölgelerde, genişleyen ekonomiler için bir katalizör olarak kullanılsa da, endişe duyulan bir yönü ise, bu sektöre aşırı bağımlılığın çeşitli sorunlar ortaya çıkarmasıdır. Turizm sektörü birçok faktörden etkilendiği için turist talebindeki önemli bir gerileme, muhtemelen destinasyonun herhangi bir olumsuz özelliği veya iç pazardaki durgunluk nedeniyle, turist sayısını azaltacak veya destinasyonu ekonomik rekabet açısından savunmasız bırakacaktır. Ancak turizmin ekonominin önemli bir bileşeni olduğu destinasyonlar için farklı bölgelerden turistleri çekmek ve farklı pazar segmentlerine hitap etmek, oluşacak risklerin azalmasına yardımcı olacaktır. Ancak bu durum, yerel turizm alanında yaşanan sorunlara karşı yeterli koruma sağlamayacaktır. Bu duruma bir örnek olarak, 2001 yılında İngiltere'nin birçok kırsal bölgesini önemli düzeyde etkileyen "ayak ve ağız" hastalığı gösterilebilir (Holloway vd., 2009: 102-103; Carmen, Iuliana ve Cebuc, 2012: 67). Sadece turizm sektörüne dayalı bir bölgesel kalkınma politikası, ekonomik açıdan büyük riskler içermektedir. Bu tür bölgelerin ekonomileri

kırılgan olmakta ve turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyen herhangi bir olay yıkıcı etkilere yol açabilmektedir (Afrodita, 2012: 511-512). Nitekim Corona (COVID-19) Virüsü'nün 2020 yılı için özellikle turizm sektörüne bağımlı ülke ve destinasyonlar için ne kadar yıkıcı etkilerinin olduğu gözlenmektedir.

2.1.1.2.3. Yabancı Sermaye ve Sızıntı Etkisi

Yabancı sermaye girişi kuşkusuz yeterince tasarruf imkanı olmayan özellikle kalkınmakta olan ülke ve bölgeler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Ancak sağladığı fırsatların yanında doğru şekilde kontrol edilmemesi durumunda beraberinde birçok sorunu da getirebilmektedir.

Yüksek vergi oranlarına sahip olunması veya tüketicilerin talep ettiği malların çoğunun ithal edilmesi gibi yüksek oranda sızıntı gerçekleşen bir ekonomide, turizm gelir çarpanı oldukça düşük olabilmektedir. Bu nedenle ekonomi turizm faaliyetlerinden büyük fayda sağlayamamaktadır. Diğer taraftan destinasyondaki otellerin mülkiyeti yabancılara ait olabilir. Bu nedenle elde edilen karlar otel zincirinin genel merkezine iletilmekte ve bu durum bölge için bir kayıp teşkil etmektedir. Aynı durum bölgedeki diğer turistik tesisler için de geçerli olabilmekte ve hatta yerel acenteler veya operatörler, başka ülkelerdeki şirketlere ait olabilmektedir. Bu durumda çarpan etkisinde daha fazla kayıplara neden olmaktadır. Alternatif olarak, birçok firma yerli halkın yönetimindeyse ve bu tür sızıntılar en aza indirilirse, çarpan etkisi oldukça yüksek olabilmekte ve turizm, turistler tarafından yapılan harcama miktarından çok daha fazla katkıda bulunabilmektedir (Holloway vd., 2009: 97; Jafari, 1974: 231; Tribe, 2004: 268). Turizm sektöründen kaynaklanan çeşitli sızıntılar bulunmaktadır. Bu sızıntıların ana nedenleri ise şunlardır (Holloway vd., 2009: 97; Tribe, 2004: 268):

- İthal malların maliyeti (özellikle yiyecek ve içecek),
- Turistik tesislerin geliştirilmesi için ithalatın döviz maliyeti,
- Karların yurtdışına transfer edilmesi,
- Yabancı çalışanlara yapılan ödemeler,
- Franchise için yönetim ücretleri veya telif ücretleri (Royalty),
- Denizaşırı taşıyıcılara ve seyahat şirketlerine yapılan ödemeler,

- Yurtdışı tanıtım maliyetleri ve
- Turizmden faydalananların kazancından kaynaklanan ithalata yapılan ek harcamalar.

Buradan da anlaşılacağı üzere turizm sektöründe herhangi bir destinasyona yapılan yatırımlar (yerli veya yabancı) ithalat veya yurtdışından temin edilen personel istihdamı gibi çeşitli sızıntılara neden olabilmektedir. Yabancı yatırımların elde ettiği karları kendi ülkesine (merkez işletmeye) transfer etmesi önemli miktarda döviz çıkışına neden olabilmektedir. Ayrıca ulusal işletmelerin yabancı sermayeyle rekabet edememesi, yabancı yatırımların önemli bir pazar payına sahip olması veya yabancı sermayenin yatırım yaptığı pazarın (destinasyonun) karlarını transfer etmesi de ekonomik açıdan karşılaşılabilecek muhtemel bir sorun olarak ifade edilebilir. Bunların sonucunda döviz dengesi de olumsuz yönde etkilenebilmektedir.

2.1.1.2.4. Fırsat Maliyeti ve Mevsimsellik Etkisi

Turizm sektörünü geliştirmek ve desteklemek amacıyla birçok kaynağın (arazi, işgücü ve sermaye yatırımı gibi) diğer sektörlerde kullanılmayarak sadece turizm sektörüne aktarılması fırsat maliyeti olarak ifade edilmektedir. Örneğin verimli tarım arazisi üzerine yapılacak turizm yatırımlarının tarımsal üretimi kısıtlayarak tarımdan sağlanacak gelirin azaltılmasına yol açmasıdır. Burada fırsat maliyetinin dikkatli bir şekilde hesaplanması oldukça önemlidir. Örnekteki gibi turizm sektöründen sağlanacak fayda diğer sektörden sağlanacak faydadan fazlaysa kaynaklar turizm sektörüne yönlendirilebilir. Diğer bir deyişle, ülkeler, başka bir endüstrinin (örneğin sanayi, tarım, tekstil vb.) gelişiminden ödün vermek istediğinde, turizme yatırım yapmanın göreceli ekonomik avantajlarını araştırmak zorundadır. Ayrıca, gelişmekte olan ülkeler de istikrarlı bir ekonomik kalkınma ve refah düzeyine ulaşmak için sadece turizm sektörüne odaklanmak yerine, çeşitli ve esnek ekonomik araçlar seçmeyi düşünmelidir (Tribe, 2004: 5-6; Holloway vd., 2009: 104; Jafari, 1974: 230).

Turizm sektörünün sezonluk olma özelliği bazı önemli sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan biri de talepte meydana gelen dalgalanmalardır. Bu mevsimlik dalgalanma belirli dönemlerde meydana gelen talep artışları veya azalmaları olarak ifade edilmektedir. Bu dalgalanma ekonomi üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu etkiler, mevsimsel işsizlik, düşük kapasite kullanımı, üretim ve gelirden

yaşanan dalgalanmalar vb. olumsuzluklar olarak ifade edilebilir (Witt, Brooke ve Buckley, 1995: 43; Ardahaey, 2011: 208-209; Karamustafa ve Ulama, 2010: 196-197).

2.1.2. Turizm Sektörünün Olumlu ve Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm faaliyetleri yalnızca ulusal ve uluslararası ekonomik etkiler açısından değil, aynı zamanda sosyo-kültürel açıdan da teşvik edilmelidir (Santoro, 1967: 28-31). Turizm faaliyetleri ekonomik etkilerinin yanı sıra, farklı ve uzak bölgelerde yaşayan toplumların birbirlerini tanımalarına ve birbirlerinden etkilenmesine imkan sağlamaktadır (Cohen, 1971: 229-233). Turizm faaliyetleri ilgili destinasyondaki ev sahibi toplumlar üzerinde birçok olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkisi bulunmaktadır. Belirtilen etkilerin incelenmesi bu bölümün konusunu oluşturmaktadır.

Yerel kültürün ticarileştirilmesi, ev sahibi toplumların turizmi sadece bir ticari faaliyet olarak gördükleri durumlarda mümkündür. İşletmeler kar amacı gütmektedir, ancak kar ise ziyaretçi memnuniyeti ile sağlanabilmektedir. Ziyaretçileri memnun etmek için ev sahibi topluluklar, onların beklentilerini karşılayacak imkanları sağlarken ekonomik yöntemleri tercih ederler. Ev sahibi topluluklar, arzulanan hediyelik eşyalar, yiyecek ve içecek ve konaklama imkanları sağlayarak ziyaretçileri memnun etmeye odaklanır. Geleneksel yerel yiyecek-içecek veya konaklama hizmetleri, ziyaretçilerin tercihleri arasında olmayabilir. Bu takdirde ziyaretçileri memnun etmek amacıyla yiyecek-içecek ve konaklama hizmetlerinde bazı değişiklikler yapılabilir. Örneğin, ziyaretçiler çoğunlukla yerel işletmelerden hediyelik eşya satın almaktadırlar. Bu ürünlere talep arttıkça, yerel işletmeler hediyelik eşyaların geleneksel üretim tarzını uygun fiyatlı olması açısından veya modern tasarımları dikkate alarak değiştirebilme imkanına sahiptirler. Diğer yandan mevcut yaşam tarzlarından ve standartlarından memnun olmayan yerel halk turistlerin davranışlarını, yeme-içme, dil, din, giyim ve moda tarzlarını benimseyebilir ve taklit edebilirler. Turizmin bu tür etkilerinden dolayı ev sahibi toplumun yerel kimliği ve değerleri risk altında bulunmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 28-29; Holloway vd., 2009: 120-121).

Ev sahibi toplumlarda kültürel çatışma yaşanması çoğunlukla gözlenen bir durumdur. Kültürel çatışmalar, çoğu zaman dini inanç, gelir dağılımındaki bozukluk ve ziyaretçiden kaynaklanan rahatsız edici davranışlar ile mesleğe dayalı sorunlardan dolayı ortaya çıkmaktadır. Ziyaretçiler, farklı kültüre sahip toplulukların içerisinde

olsalar bile, genellikle olağan davranışlarını sergileme eğilimindedirler. Bilgisizlik veya dikkatsizlikten dolayı ziyaretçiler yerel geleneklere ve ahlaki değerlere saygı duymakta yetersiz kalabilirler. Ayrıca turistler ve yerel halk arasında etnik veya politik çatışmalar da zaman zaman yaşanabilmektedir. Yerli halk ve turistler arasında yaşanan bu tür olumsuzluklar ahlaki yozlaşmaya, davranışların ve değerlerin değişmesine, ilişkilerin ticarileşmesine ve yabancı düşmanlığına (*xenophobia*) neden olabilmektedir. Diğer yandan yerel halkın büyük çoğunluğu düşük ücretli işlerde istihdam edilirken, diğer bölgelerden gelen insanlar yüksek ücretli işlerde çalışabilmektedir. Aslında bu durum daha çok eğitim düzeyindeki farklılıklardan kaynaklanmaktadır, ancak yerel halk bu tür konularda sosyal stres altında kalmaktadır (K C ve Gewali, 2014: 29; Cohen, 1972: 180-182; Ap ve Crompton, 1998: 121-127). Turizm sektöründen elde edilen yeni iş imkanları ve daha yüksek ücret seviyeleri, aile ve ev ortamlarının kısıtlamalarından kurtulmak isteyen geleneksel değerlerini terk edebilecek tarım ve kırsal topluluklardan işçileri bölgeye çekecektir. Bu durum sosyal karışıklığın artmasına, evliliklerin ve aile yapısının bozulmasına neden olabilmektedir (Holloway vd., 2009: 121-134).

Sosyal stres ev sahibi toplumlar için sosyal dezavantajlara neden olabilmektedir. Ev sahibi toplumlara ait turist karşıtı insanlar isyanlara, vandalizme, zorbalık ve ziyaretçilere saygısızlığa neden olabilir. Ayrıca turizm endüstrisi ile ev sahibi toplumlar arasında kıt kaynakların kullanımından dolayı bir çatışma çıkması da mümkün olabilmektedir. Örneğin, turizm endüstrisinin bölgede büyük miktarda enerji kullanmasından dolayı ev sahibi topluluklar elektrik enerjisini temin etme hususunda sıkıntı çekebilmektedir. Kıt kaynakların kullanımındaki bu farklılıklar sosyal strese neden olabilmektedir (K C ve Gewali, 2014: 29; Mak, 2004: 128- 142).

Diğer bir sosyal etki ise suç oranlarında gözlenmektedir. Nüfus arttıkça suç oranı da artmaktadır. Ekonomik eşitsizlik, ziyaretçilerin sahip olduğu değerli eşyalar ve nakit para suçun artmasına neden olmaktadır. Harcayacak paraları fazla olan çok sayıda ziyaretçi ve onların cep telefonları, kameraları ve altın takıları gibi pahalı eşyaları, suçluları suç işlemek için motive eder. Ayrıca turizm faaliyetleri fuhuş, uyuşturucu bağımlılığı, çocuk istismarı, bulaşıcı hastalıkların (HIV/AIDS vb.) artması vb. suçların da artmasına neden olabilir. Aynı zamanda suçlular, uyuşturucu satıcıları ve çıkarları olan diğer tüm insanları bölgeye çekebilir. Ek olarak turizm faaliyetlerinde emek ve cinsel sömürü, çocuk istismarı, yerel halkın topraklarından çıkarılması, insan ticareti vb.

olumsuz etkiler de ortaya çıkabilmektedir (K C ve Gewali, 2014: 30; Harrigan, 1974: 14-15; Belisle ve Hoy, 1980: 95).

Turizm faaliyetleri gerçekleştirilirken ortaya çıkan bu etkiler sadece turistler tarafından yerel halka yönelik olmamakta, yerel halkın da turistlere yönelik tepkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin tek yönlü olmadığı, karşılıklı bir özelliğe sahip olduğu ifade edilebilir. Diğer yandan turizm faaliyetlerinin turistlerin sağlığı üzerinde de önemli etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler, özellikle ozon tabakasının ince olduğu destinasyonlarda ultraviyole ışınlarının (UVA ve UVB) cilt yanığı, lekesi ve kanserine neden olması, hijyen koşullarına riayet edilmeyen yerler ve kontamine gıdalar nedeniyle (hepatit, dizanteri vb.) hastalanma, tropikal hastalıklara yakalanma ve sıtma, SARS, HIV/AIDS vb. bulaşıcı hastalıklara yakalanma gibi çeşitli sağlık sorunları oluşturacak tehlikelerdir (Holloway vd., 2009: 132-133). Özellikle günümüzde ortaya çıkan Corona Virüsü (COVID-19) hastalığı dünya geneline yayılmış ve dünyada turizm faaliyetlerinin neredeyse durmasına neden olmuştur.

Ayrıca turistler, destinasyondaki mağazalarda veya sokak satıcılarından alışveriş yaparken de kolay av olarak görülebilir ve mal veya hizmetin fiyatları abartılarak turistler aldatılabilir. Bu çerçevede özellikle bazı bölgelerde fiyatlar üç gruba ayrılmaktadır. En ucuz fiyat yerli halk için, yerel dili bilen ziyaretçilerden biraz daha fazla yüksek fiyat talep edilmekte ve en yüksek fiyat, yerel dili (destinasyondaki halkın konuştuğu dil) bilmeyen turistlere uygulanmaktadır. Ayrıca destinasyondaki taksi şoförleri sayaçlarını (taksimetre) manipüle ederek fiyatları abartmakta, fazla fiyat uygulamakta ve turistleri dolandırmakta veya aldatmaktadır (Holloway vd., 2009: 120).

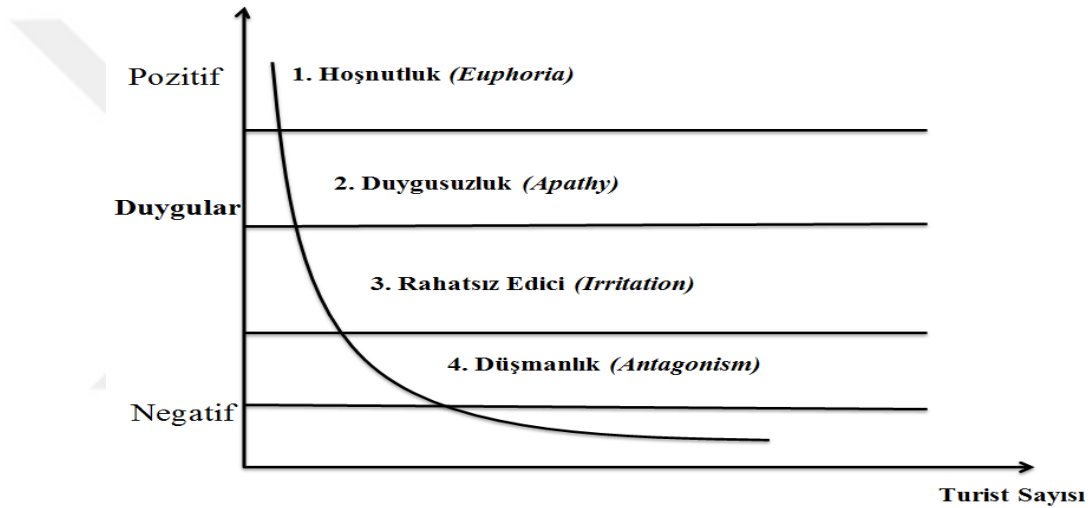
Diğer taraftan turizm faaliyetlerinin farklı kültürleri tanıma, barış ve hoşgörüyü teşvik etme, sağlık, güvenlik ve eğitim kalitesinin artırılması, kültürel alışverişi teşvik etme, ahlak, nezaket ve görgü kurallarına riayet etme, yaşam standardının iyileştirilmesi, yaşam kalitesinin artırılması, yerel değerlerin, kültürün, gelenek ve göreneklerin korunması, doğal, tarihi ve kültürel varlıkların korunması, kültürün ve sosyal ilişkilerin geliştirilmesi vb. olumlu sosyo-kültürel etkileri de bulunmaktadır (Anciaes, 2017: 458-461; Ap ve Crompton, 1998: 121-127; Ap, 1990: 611-615).

UNESCO tarafından 1976 yılında yayınlanan bir rapora göre turizmde evsahibi-turist ilişkisinin dört özelliği bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır; (1) ilişkiler

geçici ve yüzeyseldir, (2) turistler ziyaretlerini zaman ve mekan kısıtlamaları altında gerçekleştirmekte ve gezilerini (gözlemlerini) mümkün olduğunca sınırlı bir zamana sıkıştırmaktadır, (3) ilişkilerde doğal (kendinden gelen) bir eksiklik vardır ve çoğunlukla finansal işlemleri içermektedir ve (4) ilişkiler, katılımcıların zenginliği ve statüsündeki farklılıklar nedeniyle eşitsiz ve dengesizdir (Holloway vd., 2009: 121).

Doxey (1975), turizmin gelişmesi ile toplum stresi arasındaki ilişkiye yönelik bir “Irridex” (*Irritation Index*) modeli geliştirmiştir. Bu model Şekil 2’de gösterilmektedir.

Şekil 2. Irridex (Irritation Index) Modeli



Kaynak: (Doxey, 1975)'den uyarlanmıştır.

Şekil 2'deki bu modele göre; turizm gelişiminin ilk aşamasında, yerel halk bölgeye yatırım yapılmasından ve yeni istihdam fırsatları yaratılmasından dolayı “hoşnutluk” (*euphoria*) duygusu içerisindeydi. Nispeten az sayıda turistin gelmesi ve bu turistlerin daha çok “araştırmacı” kategorisine ait olması ve ev sahibi toplumun normlarını ve değerlerini kabul etmesi, turistlerin memnuniyetle karşılanmasına ve hatta “arkadaşlık” kurma isteğine yol açmaktaydı. İkinci aşamada ise yerliler turizmin faydalarına alışmakta ve turizm faaliyetlerinin arttıkça ortaya çıkardığı sorunların farkında olduklarından ilişkilerde “duygusuzluk” (*apathy*) hakim olmakta ve turistlerle daha çok ticari nitelikte bir etkileşim ortaya çıkmaktaydı. Üçüncü aşamada, daha fazla büyüme ve çok sayıda turistin gelmesi ve bunların yerel halkı ve kültürel normlarını değiştirmeye başlaması, yerli halk arasında turistlerin bir faydadan ziyade “rahatsız edici” (*irritation*) olduğuna dair genel bir kanaate yol açmaktaydı. Dördüncü aşamada ise önceki aşamalarda yaşanan olumsuzluklardan dolayı yerli halk sürekli turist akışına karşı

“düşmanlık” (*antagonism*) duygusunu beslemektedir. Bu aşamalar, Tablo 5’de ev sahibi toplumun turizmin gelişmesine veya turistlere yönelik tutumları ile bunların semptomları ile daha detaylı bir şekilde gösterilmektedir. Bu tabloya göre ilk aşamadaki ev sahibi toplumun turizm faaliyetlerinden memnuniyeti sonraki aşamalarda turizmin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan olumsuz etkiler nedeniyle turizme ve turistlere karşı düşmanlığa dönüşmekte ve bu durum toplumda çeşitli semptomlar şeklinde kendini göstermektedir.

Tablo 5. Irridex Modelinin Aşamaları

Aşamalar	Ev Sahibi Toplumun Tutumu	Semptomlar
1. Aşama	Hoşnutluk	İnsanlar turizmin gelişmesinden büyük bir heyecan duymaktadır. Turistleri hoş karşılarlar ve karşılıklı memnuniyet duygusu vardır. Turistlerden gelen para akışları ile birlikte turizmin yerel halk için oluşturduğu fırsatlar söz konusudur.
2. Aşama	Duygusuzluk	Endüstri genişledikçe insanlar turisti kabul etmeye başlarlar. Yerel halk turistleri kar elde etmek için bir hedef haline getirir. İlişkiler ticarileşmeye başlar.
3. Aşama	Rahatsız Edici	Turizmin daha fazla büyümesi, dış yatırımların artması, turist sayısının artması, kaynakların kullanımı ve sosyal değerlerin bozulması nedeniyle yerel halk turizmden endişe duyar ve rahatsız olmaya başlar.
4. Aşama	Düşmanlık	Yerel halk turistlere karşı düşmanlık duygusu hisseder, turizmden gelen hasarı ve turizm faaliyetlerini sınırlamaya çalışır. Rahatsızlık daha açık hale gelir. İnsanlar artık turisti kötü olan her şeyin habercisi olarak görürler (örneğin değerlerin bozulması, enflasyon oranının artması vb.). Sonuç olarak, karşılıklı nezaket düşmanlığa doğru evrilir.

Kaynak: (Doxey, 1976: 26-28)’den uyarlanmıştır.

Butler (1974: 107-109) turistlerle yerel halkın etkileşimini etkileyen beş önemli faktör belirlemiştir. Bunlar, (1) turist sayısı, (2) turistlerin kalış süresi, (3) turistlerin etnik özellikleri, (4) turistlerin ekonomik özellikleri ve (5) turistlerin faaliyetleridir. Ayrıca turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin doğası, derecesi ve oranını belirleme veya algılama açısından önemli olan faktörleri de (1) bölgenin ekonomik durumu, (2) yerel halkın turizme katılım düzeyi, (3) turizm gelişiminin mekansal özellikleri, (4) yerel kültürün yaşayabilirliği ve (5) diğer özellikler (yerel nüfusun politik tutumları vb.) olarak belirlemiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere, yerel halk ile turistler arasındaki iletişimin niteliği destinasyonda turizm sektörünün sosyo-kültürel etkilerinin belirleyicisi olmaktadır.

2.1.3. Turizm Sektörünün Olumlu ve Olumsuz Çevresel Etkileri

Turizm faaliyetleri yürütülürken gerekli önlemler alınmazsa ortaya birtakım olumsuz çevresel sonuçlar çıkabilmektedir. Gerekli önlemler alınarak çevreye duyarlı bir şekilde turizm faaliyetleri yürütülürse olumsuz etkiler minimum seviyeye indirilebilmekte ve çevre için olumlu sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı olumlu ve olumsuz çevresel etkiler bu bölümde kapsamlı bir şekilde incelenmektedir.

OECD (1980) turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini (1) kirliliğin etkileri (hava, su, gürültü ve çöplük), (2) tarım ve pastoral araziler dahil olmak üzere doğal peyzaj kaybı, (3) flora ve faunanın tahrip edilmesi, (4) peyzajın, tarihi alanların ve anıtların bozulması, (5) kalabalık dahil sıkışıklığın (trafik) etkileri, (6) çatışmanın etkileri ve (7) rekabetin etkileri olarak sınıflandırmıştır.

Turizm faaliyetlerinin neden olduğu bir dizi negatif çevresel etkiler bulunmaktadır. Bu etkilerin çoğu ulaşım araçlarından kaynaklanmaktadır. Otomobiller, otobüsler, trenler, gemiler ve uçaklar karbon monoksit, azot oksitler, sülfür (kükürt) oksitler ve partikül madde oluşumu, uçucu organik bileşikler ve yer seviyesindeki ozon (dumanlı sis) gibi zararlı gazların emisyonu ile hava kirliliğine neden olmaktadır. Bu çevre kirliliğine yol açan maddelerin bazılarının atmosferik konsantrasyonları ayrıca geniş bir bölgede insan ve diğer canlıların yaşamını etkileyen asit yağmurunun oluşmasına da katkıda bulunmaktadır. Turizm endüstrisi ayrıca karbondioksit gibi küresel sera gazlarının emisyonundan da sorumludur. Havayolu seyahati, kruvaziyer gemilerle seyahat, özel araçların kullanımı vb. faaliyetlerdeki artış sürekli olarak emisyon düzeyinin artmasına neden olmaktadır. Sera gazlarının konsantrasyonundaki artış küresel ısınma ve olağanüstü hava koşullarının çoğalması gibi iklim değişikliklerine yol açmaktadır. Ayrıca hava kirliliğine neden olan bu etkiler ozon tabakasının da incelmesine sebep olmaktadır. Bu olumsuz etkilerin özellikle coğrafi konumları ve yeni koşullara adapte olmak için gereken kaynaklara sahip olunamamasından dolayı gelişmekte olan ülkelerde daha yoğun şekilde yaşanacağı öngörülmektedir (Anciaes, 2017: 458-461; Holloway vd., 2009: 138-139; Tribe, 2004: 356-360).

Bu çerçevede son olarak, tatilleri ve kısa molaları için özel ve kiralık araba kullanan milyonlarca sürücünün etkisi de dikkate alınmalıdır. Trafik sıkışıklığı, popüler turizm

merkezlerindeki araç sayısındaki genişlemeden kaynaklanan daha görünür bir sorun olmakla birlikte, hem şehir hem de kırsal turizm merkezlerindeki egzoz gazlarının konsantrasyonundan kaynaklanan kirlilik, turistlerin ve yerel sakinlerin sağlığını ciddi şekilde etkilemektedir. Özel araçların kontrolsüz şekilde genişlemesi, ziyaretçi deneyimini o kadar olumsuz etkileyebilir ki, ziyaretçileri oraya seyahat etmekten veya şehirde kalmaktan vazgeçirmesi de söz konusu olabilmektedir. Bu sorun sadece turistik çekiciliğin değil, aynı zamanda bitki ve hayvan yaşamının da olumsuz yönde etkilenebileceği doğal destinasyonlar için de geçerlidir (Holloway vd., 2009: 139-140; Tribe, 2004: 356-375; Anciaes, 2017: 458-461).

Turizm sektörünün oluşturduğu diğer negatif dışsallık ise su kirliliğidir. İster açık denizlerde ister iç nehirlerde, göllerde ve kanallarda, her türlü gemi, tanklarını temizleyerek veya atıklarını boşaltarak, su kirliliğini önemli ölçüde artırmakta ve bu da sudaki vahşi yaşamı olumsuz etkilemektedir. Kruvaziyer gemileri veya diğer yolcu gemileri, kirli sularını ve katı atıklarını vb. zararlı çöplerini sulara boşaltarak sudaki canlılara, ayrıca sahile yakın bir yere boşalttığında insanların sağlığına da zarar vermektedir. Diğer taraftan yolcu gemileri limanlarda sızıntı ve deniz trafiği nedeniyle de önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Havaalanlarından, yollardan ve inşaat alanlarından yıkanmış kir, toz, motor yağı, kauçuk ve metal gibi materyaller de su kütlelerine taşınabilmektedir. Çok sayıda turistin varlığı, sulak alanlar, deniz, ovalar ve kıyı alanları gibi çevreye duyarlı alanların tahrip olmasına da yol açabilmektedir. Turistlerin konaklayacakları yapıların inşası ve insanların ve araçların trafik hacminin artması eğilimi vahşi yaşam ortamını etkilemekte ve bu alanlarda biyo-çeşitliliği azaltmaktadır (Tribe, 2004: 356-375; Anciaes, 2017: 458-461; McIntosh ve Goeldner, 1990).

Turizm faaliyetleri, özellikle büyük etkinliklerde yoğunlukla önemli miktarda çöp oluşturmaktadır. Çok sayıda turistin çevreye bıraktığı atıklar hem estetik (görüntü) hem de çevresel kirliliğe neden olmakta ve doğal çevrenin, biyo-çeşitliliğin vb. ekolojik sistemin bozulmasına yol açmaktadır (Tribe, 2004: 356-375; Holloway vd., 2009: 141-142; Anciaes, 2017: 458-461).

Ulaşım bağlantıları ve terminaller yakınında yaşayan mahalle sakinleri, önemli turistik yerler ve gece hayatının yaşandığı alanlar da ikamet edenlerin sağlık ve bireysel konfor açısından potansiyel sonuçları olan aşırı gürültü ve titreşime maruz kalmalarına neden

olabilmektedir. Özellikle hızlı gelişen destinasyonlardaki inşaat alanları, ulaşım araçları, diskolar, kitle halinde hareket eden turistler, barlar, gece kulüpleri vb. yüksek ses kaynakları gürültü kirliliği oluşturarak insanlar ve diğer canlılar üzerinde rahatsız edici bir etki oluşturabilmektedir (Tribe, 2004: 356-375; Holloway vd., 2009: 141-142; Anciaes, 2017: 458-461).

Tüm motorlu kara, deniz ve hava taşımacılığı araçları, kırsal çevrede ve yerleşim alanlarında gürültü seviyelerini yükselterek sakinliği bozabilmektedir. Yoğun bir şekilde havaalanlarına inen veya havaalanlarından kalkan uçaklar, yerel sakinleri ve turistleri ciddi şekilde rahatsız etmektedir. Deniz ve su taşımacılığı yapan gemilerden kaynaklanan gürültü, kıyılar, nehirler ve kanallar boyunca seyahat eden motorlu tekneler çevrenin huzurunu bozabilmektedir. Popüler sahil beldelerinde sıkça denizde kullanılan deniz motosikletleri ve su bisikletleri gibi yeni su yoluyla taşınan araçlar özellikle gürültü yaymakta ve bunların (yaşam için olası tehlike ile birleştiğinde) popüler Akdeniz beldelerinde denizde kullanımlarını azaltma girişimleri de gündeme gelmektedir (Tribe, 2004: 356-375; Holloway vd., 2009: 141; Goeldner ve Ritchie, 2009: 32-33).

Çevresel kirlilik aynı şekilde fiziksel kirlilik kadar estetik öneme sahiptir. Doğal güzelliğe sahip bir alan daha fazla sayıda turist çekmektedir. Bu nedenle kırsal bölgede turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere inşaa edilen konaklama ve diğer tesislerin çoğalması ile doğal çevre önemli ölçüde tahrip edilmektedir. Sonuç olarak, bölgede doğal koşullar tahrip edildiği için turistler daha sakin ve güzel manzaralı bir destinasyon aramaya başlamaktadır. Benzer şekilde, özen göstermeden ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan görkemli tesisler, daha büyük otoparklar, kafeler, mağazalar, yön tabelaları ve dinlenme tesisleri gibi doğal çekiciliği azaltan tüm unsurlar da görüntü kirliliğine sebep olmaktadır. Görsel kirliliğin bir başka estetik formu ise, turistik binaların tasarımında gözlenen duyarsızlıktır. Tasarım kontrolündeki eksiklik nedeniyle genellikle planlamacılar binaları ucuza inşa etmeyi tercih etmekte ve sonuçta karakteristik olmayan ve çevredeki mimariyle uyumsuz yüksek betonarme konaklama tesisleri ortaya çıkmaktadır. Turistler tarafından yaygın olarak karşılaşılan diğer bir görsel kirlilik biçimi ise özellikle piknik alanlarının çevresindeki alanlarda çöp ve binalardaki duvar yazılarıdır (grafiti) (Holloway vd., 2009: 141-144; Anciaes, 2017: 458-461; Tribe, 2004: 356-375).

Başka bir sorun ise kitle turizmi nedeniyle ortaya çıkan aşırı kalabalıklaşmadır. Kalabalık ortamlar turistler için hem psikolojik hem de fiziksel açıdan sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda destinasyonun taşıma kapasitesi oldukça önem arz etmektedir. Otoparklar, sokaklar, plajlar, kayak pistleri, dini alanlar ve benzeri özellikler, herhangi bir zamanda konaklayabilecekleri turist sayısı için belirli bir kapasiteye sahiptir. Ayrıca, bir bölgenin psikolojik kapasitesini diğer bir ifade ile turistlerin cazibesini kaybetmeye başlamadan önce tolere edeceği sıkışıklık (tikanıklık) derecesini tespit etmek gerekir. Psikolojik kapasite ile ilgili sorunlar fiziksel kapasiteden çok daha zordur. Çünkü bireysel kapasite algıları sadece bölgenin doğasına göre değil, aynı zamanda onu çeken pazarlara göre de değişecektir. Doğal bölgelerde, bölgenin psikolojik kapasitesi daha düşük olabilirken, çevresel hasara duyarlı alanlar nispeten az sayıda ziyaretçi olsa bile fiziksel olarak zarar görebilmektedir. Bu çerçevede yollar aşırı kullanılmakta, altyapı bozulmakta, toprağın sıkıştırılmasına, çim ve bitkilerin ölmesine neden olunmaktadır. Bazı koşullar altında toprak gevşemekte ve daha sonra erozyon nedeniyle kaybolmaktadır. Çok sayıda ziyaret edilen turistik mekanlarda da (müze, öğren yeri vb.) benzer sorunlarla karşılaşmaktadır. Her ne kadar inşa edilmiş sahalar doğal olanlardan daha az kırılgan olsalar da, bunların da uzun vadede erozyondan, hava koşullarından, çok sayıda ziyaretçiden kaynaklanan aşınma ve yıpranma gibi sorunlardan etkilendikleri görülmektedir. Av turizmi, safari, kamplar, hayvan ticareti ve turistlerin eğlenmesi için esaret altında tutulan canlılar, turizm faaliyetlerinin sebep olduğu yangınlar ve turizm faaliyetlerinin oluşturduğu kirlilik gibi olumsuz etkiler canlı yaşamına ve doğal dengeye zarar vermektedir. Sonuç olarak doğal flora ve fauna olumsuz yönde etkilenmektedir. Turizm faaliyetlerinin neden olduğu aşırı kalabalık, doğal sistemin bozulmasına, iklim değişikliği ve çevre kirliliği gibi olumsuz etkiler ile su ve diğer doğal kaynak kıtlığının oluşmasına da neden olabilmektedir. Ayrıca turizm işletmelerinin aşırı ışıklandırma uygulamaları ışık kirliliğine neden olmakta, bu durum ise hem canlıları rahatsız etmekte hem de kaynakların aşırı kullanımına neden olmaktadır (Holloway vd., 2009: 144-153; Tribe, 2004: 356-375; Anciaes, 2017: 458-461; Cohen, 1972: 180-182). Eko sistemde yaşanan bu sorunlar doğal dengeyi bozmakta, insan sağlığını olumsuz yönde etkilemekte ve uzun vadede bölgede refah kayıplarına neden olmaktadır.

Turizm faaliyetlerinin yukarıda belirtilen olumsuz çevresel etkilerinin yanı sıra, olumlu çevresel etkileri de bulunmaktadır. Olumlu etkiler, doğal alanların korunması, çevreye duyarlılığın artırılması, doğal veya yapay kaynakların korunması ve verimli kullanılması, çevre, hava, su, ışık vb. gürültü kirliliğinin önlenmesi, biyo-çeşitliliğin korunması, yapay değerlerin restore edilmesi, altyapının geliştirilmesi vb. etkilerdir ve bu etkiler kitle turizminin aksine gelişen sürdürülebilir turizm ve diğer çevreye duyarlı (sorumlu) turizm faaliyetleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle turizm sektöründe “artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi” gibi yenilikçi teknoloji ürünlerinin kullanımının yaygınlaşması, çekiciliklerin sürdürülebilirliğini sağlama açısından oldukça önemli avantajlar sunmaktadır (Demirezen, 2019a: 15-19; Tribe, 2004: 352-375; Robinson ve Picard, 2006: 38-41).

Turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı trafik, taşıma kapasitesi sorunu, altyapı sorunu, hava, su, gürültü, ışık, çevre, estetik vb. kirlilikler ve bu kirliliklerin neden olduğu olumsuzluklar (iklim değişikliği vb.) hem insanların sağlığı ve refahı açısından hem de doğal veya yapay çekicilikler (kaynaklar) açısından büyük bir tehlike oluşturmaktadır. Turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı bu olumsuz etkiler bir bumerang işlevi görerek tekrar turizm sektörüne geri dönmektedir. Çünkü turizm sektörü doğal veya yapay çekiciliklerden beslenerek faaliyet göstermektedir. Bu olumsuz etkiler sonucunda doğal veya yapay çekicilikler özelliklerini kaybederse, turistler açısından çekicilik özelliği de ortadan kalkacak ve turistik talep de düşecektir. Bu nedenle turizm faaliyetleri yürütülürken doğal kaynakların kullanımına duyarlı olunması ve bu kaynaklara zarar verilmemesi için gereken önlemlerin zamanında alınması oldukça önem arz etmektedir.

Turizm sektörünün olumlu ve olumsuz etkilerini inceleyen araştırmalar ve analizlerden de (Bkz. Bölüm 1.6.) anlaşılabacağı üzere, turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerinin yanı sıra, çok sayıda olumlu etkilerinin de olduğu görülmektedir.

2.2. Turizm Sektörünün Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkilerinin Yönetilmesi

Turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma sürecinde ortaya çıkardığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin yönetilmesi bazı plan, program veya stratejilerin uygulanarak belirlenen amaçlara ulaşılması ile mümkün olacaktır. Bu çerçevede

yukarıda ifade edilen etkilerin yönetilmesi ve faydaların artırılmasına yönelik alınacak önlemler bu bölümün konusunu teşkil etmektedir.

Turizm faaliyetleri sonucunda oluşan olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin ortadan kaldırılması ve mevcut kaynakların verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması, turizm sektörünün sürdürülebilir olması açısından kaçınılmazdır.

Bu bağlamda turizm faaliyetlerinin olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini yönetmek ve bu etkileri fırsata dönüştürmek oldukça önemlidir. Olumlu etkilerin artırılması için birtakım kriter veya standartların belirlenmesi ve tavsiyelerin ortaya konulması gerekmektedir. Etkilerin yönetilmesi işletmeler açısından değerlendirildiğinde, müşteri memnuniyeti sağlama, maliyet tasarrufu, risk yönetimi, olumlu imaj geliştirme, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlama, çekiciliği, satışları ve marka sadakatini artırma, tanıtım, reklam ve pazarlama fırsatı, pazar payını artırma, niş pazara odaklanma ve daha fazla müşteriye hitap etme vb. bölgesel kalkınma açısından verimli ve sürdürülebilir faaliyetlere yardımcı olacak yeni fırsatlar ve faydalar sağlayacaktır (Travelife, 2020; NepCon, 2019). Destinasyon ve yerel halk açısından bakıldığında ise imaj ve marka geliştirme fırsatı, tanıtım ve reklam, destinasyon kimliğinin korunması, doğal kaynakların korunması, yapay çekiciliklerin bakımı, çekiciliği artırma, rekabet gücü sağlama, biyo-çeşitliliğin korunması, kaynakların sürdürülebilirliği, altyapı gelişimi, sağlık ve refah düzeyinin yükseltilmesi, yaşam standartlarının iyileştirilmesi gibi faydalar oluşturacaktır (EarthCheck, 2018; Rainforest Alliance Certified, 2015). Etkilerin turistler açısından yönetilmesi ise memnuniyet duygusunu artırma, sağlıklı ve güvenli tatil fırsatı, yenilik, deneyim ve tecrübe kazanma, olumlu ilişkiler geliştirme, psikolojik açıdan rahatlama, kendisi ile gurur duyma, yasal, etik ve ahlaklı davranma, tatmin olma, duygu ve düşüncelerine uygun turizm faaliyeti gerçekleştirme fırsatı, mekan duygusu oluşturma (*sense of place*) ve kaliteli tatil fırsatı sunma gibi faydalar ortaya çıkaracaktır (Global Sustainable Tourism Council, 2016). Bu çerçevede dikkat edilmesi gereken kriterler, standart ve tavsiyeler ise literatürde şu şekilde ifade edilmektedir (Biosphere Tourism, 2020; Travelife, 2016; Cooper, 2007; Green Globe, 2020; Rainforest Alliance Certified, 2017):

- Sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomik kalkınma teşvik edilebilir ve yoksullukla mücadele hususunda çeşitli politikalar uygulanabilir,

- Güvenlik ve sağlık ile ilgili koşullar iyileştirilebilir, sektörde yerel halkın istihdamına özen gösterilebilir, yerel girişimci ve işletmelerle yapılan ticaret teşvik edilebilir,
- Kapsayıcı ve kaliteli eğitim faaliyetleri desteklenebilir,
- Cinsiyet eşitliği sağlanabilir, kadınların turizm faaliyetlerine katılımı desteklenebilir, adil ticaret koşulları sağlanabilir ve gerektiğinde cezalar uygulanabilir,
- Sürdürülebilir turizm faaliyetleri için işbirliği gerçekleştirilebilir, kaynaklar verimli kullanılabilir ve maliyet tasarrufu sağlanabilir,
- Turizm destinasyonlarının ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği sağlanabilir,
- Destinasyonlarda turizm odaklı sürdürülebilir kalkınma teşvik edilebilir ve toplumda fırsat eşitliği sağlanabilir,
- Yerel kimliğin korunması ve geleneklere saygı duyulması konusunda özen gösterilebilir,
- Bütün turizm sektörü paydaşları bilinçlendirilebilir,
- Eşitsizlikler azaltılabilir ve altyapı geliştirilebilir,
- Destinasyondaki tarım, sanayi ve diğer hizmet sektörleri teşvik edilerek turizm sektörüne olan bağımlılık azaltılabilir,
- Huzur, barış ve adaletin sağlanması, kültürel alışverişin teşvik edilmesi ve ahlak, nezaket ve görgü kurallarına uyulması hususlarına daha fazla dikkat edilebilir,
- Yaşam standartları ve kalitesi iyileştirilebilir,
- Yerel değerler, kültür, gelenek ve göreneklerin korunması için çeşitli uygulamalar gerçekleştirilebilir,
- Doğal, tarihi, mimari ve sosyo-kültürel varlıklar veya değerlerin korunması hususunda daha fazla özen gösterilebilir,
- Kültürel ve sosyal ilişkiler geliştirilebilir, yerel topluluklara saygı gösterilerek farklı kültürler entegre edilebilir,

- Emek ve cinsel açıdan sömürünün önlenmesi, iş kurallarının yasal, etik ve ahlaki açıdan uygun olması, duyarlılığın artırılması ve insan haklarının korunması için çeşitli politikalar uygulanabilir,
- Kültürel çatışma, fuhuş, hırsızlık, uyuşturucu bağımlılığı, uyuşturucu ticareti ve diğer suçlar için daha fazla önlem alınabilir,
- Destinasyonda sürdürülebilir turizm ve diğer çevreye duyarlı (sorumlu) turizm faaliyetleri geliştirilerek, doğal alanlar ve canlılar koruma altına alınabilir,
- Turistik yerlere (müze, park, tarihi, mimari ve sosyo-kültürel açıdan değerli yerler) olan talep arttığında giriş ücretleri artırılabilir, doğal ve yapay çevreye verilen zararlar için yaptırımlar uygulanabilir,
- Gürültü, su, hava, ışık, çevre, estetik (görüntü) kirliliği için gerekli kontroller yapılabilir, kirliliğe neden olduğunda ise yaptırımlar uygulanabilir, (örneğin, zararlı gaz yayılmasına neden olan ulaşım araçlarının vergileri artırılabilir ve uçak, otomobil, kamyonet vb. hava kirliliğine neden olan ulaşım araçlarına talep arttığında bilet fiyatları da artırılabilir, ziyaretçi sayısı kısıtlanabilir, motorsuz araçların kullanımı teşvik edilebilir),
- Doğal sistemin korunması için gerekli önlemler alınabilir ve çevrenin korunması, doğal kaynakların verimli kullanılması vb. konularda turizm paydaşlarına gerekli teşvikler ve destekler verilebilir,
- Devlet ve özel kurumlar arasında işbirliği yapılabilir,
- İşletmelere sertifikasyon kapsamında belirli standart ve kriterlere uygun davranma zorunluluğu getirilebilir,
- Sürdürülebilirliği sağlayan yenilikçi teknoloji ürünleri kullanılabilir,
- Sorumlu üretim ve tüketim sağlanabilir ve atık, enerji, kaynak, su, ışık, çevre yönetimi uygulanabilir ve
- Bölge planlaması geliştirilebilir.

2.3. Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma Açısından Dünya Örnekleri

Çalışmanın bu bölümünde turizm odaklı kalkınma hususunda dünyada çeşitli uygulamalar sonucunda başarılı olmuş örnekler incelenmekte ve Kayseri ili için önemli

bir model teşkil edebilecek bu örneklerden bazı politika çıkarımlarında bulunmaktadır.

2.3.1. Amerika Birleşik Devletleri: Big Sky, Montana Örneği

ABD'ye bağlı Montana eyaletinden seçilen Big Sky örneği turizm sezonu, turizm sektörünün yapısı, iklim koşulları, coğrafi koşullar, doğal çekicilikler, düzenlenen etkinlikler vb. birçok açıdan Kayseri ili ile benzerlik göstermektedir. Örneğin Big Sky destinasyonu Yellowstone Milli Parkı'na yaklaşık 80 kilometre uzaklıkta bulunmaktadır. Benzer şekilde Kayseri Erciyes destinasyonu da Sultan Sazlığı Milli Parkı'na yaklaşık 70-75 kilometre uzaklıktadır. Big Sky destinasyonu dağ ile Yellowstone Milli Parkı'nı birbirlerine optimal bir şekilde entegre etmiş ve daha fazla turiste ev sahipliği yapmıştır. Ayrıca bölgede kış turizmi açısından büyük yatırımlar yapılmış ve bu konuda önemli başarılar elde edilmiştir. Belirtilen yönleri ile bölge turizm sektöründen önemli faydalar elde etmiş ve kalkınma sürecini başarılı bir şekilde yöneterek büyük ölçüde gelişmeler kaydetmiştir. Bu destinasyon sahip olduğu özellikler ile kış turizmi açısından Kayseri ili için başarılı bir örnek teşkil etmektedir.

Big Sky Montana, ABD'nin Montana bölgesinde Gallatin ve Madison ilçelerinin sınırlarında yer alan önemli bir kış turizmi destinasyonudur ve bölgenin faaliyet gösteren ana sektörü de turizmdir. Bölgede iklim yaz aylarında ılık veya sıcak, kış aylarında ise soğuk bir özelliğe sahiptir. Bölgede kış turizmi sezonu ise Aralık ve Mart ayları arasındadır. Yukarıda belirtildiği üzere Big Sky destinasyonunun yaklaşık 80 kilometre uzaklığında bulunan Yellowstone Milli Parkı ile çevresinde Gallatin Kanyonu, Gallatin Nehri ve Madison Nehri gibi doğal çekicilikler de bulunmaktadır. Destinasyonda yürüyüş parkurları, kamp alanları vb. imkanlar da bulunmaktadır. Aynı zamanda destinasyonda yaz ve kış aylarında spa, alışveriş ve yeme-içme imkanları ile fotoğrafçılık, sergi, gösteri, konser, zipline, gece kayağı, Sno-go bisiklet gezisi, snowshoeing, avcılık, bungee trambolin, kaçış odası, dev salıncak, köpek kızıağı, kızak gezintisi, kar aracı ile turlar, golf, dağ bisikleti, dağ gezisi, tırmanma duvarı, okçuluk, değerli taş madenciliği, buz pateni, rehberli yürüyüşler, rafting, balıkçılık, ata binme, vahşi yaşam izleme, dağcılık vb. çeşitli etkinlikler de düzenlenmektedir. Ayrıca destinasyon kongre, konferans, toplantı, düğün vb. organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Destinasyonun kayak merkezinde 5.850 dönüm kayak yapılabilir alan,

4.350 fit dikey alan ve 38 lift ve saatte yaklaşık 38 bin kayakçıya hizmet verme kapasitesi bulunmaktadır. Kayak pistinin %15'i acemiler için, %25 orta düzeyde, %42'si üst düzeyde ve %18'i uzmanlar için uygundur. Üst düzey ile uzmanlık seviyesi birleştirildiğinde ise pistin %60'ının profesyonel kayakçılar için uygun olduğu ifade edilebilir. Big Sky destinasyonu sürdürülebilirliğe odaklanarak doğal kaynakları koruma, atık yönetimi, enerji yönetimi, kaynakların verimli kullanımı vb. politikaları benimsemiştir (University of Montana, 2020; Visit Billings, 2019: 22-50; Travel Channel, 2020; Visit Big Sky, 2020). Big Sky Resort kayak merkezinin ve bölgenin gelişim hikayesi ise şu şekilde olmuştur (Montana's Official State Website, 2020; Big Sky Resort, 2020):

- 1968 yılında proje için halkın ve hükümetin onayı alınarak Big Sky Resort kayak merkezi (Chet Huntley tarafından) açılmış ve bölgedeki mevcut altyapı ve üstyapı geliştirilmeye başlanmıştır.
- 1970 yılında ABD Konut ve Kentsel Gelişim Departmanı (HUD) Big Sky Mountain Village bölgesinde, kalkınmanın fizibilitesini ortaya koyan ve sonunda Big Sky'nın Master Planını ortaya çıkaran bir çalışma gerçekleştirmiştir.
- 1968 yılından başlayarak 2020 yılına kadar bölgeye büyük turizm yatırımları yapılmış, özellikle kış turizmi kapsamında dağa son derece gelişmiş teknoloji ürünleri (dünyanın en gelişmiş teleferik, telesiyej, yapay kar yapma sistemi vb.) kurulmuştur. Ayrıca bölgeye modern ve gelişmiş konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri (uluslararası restoranlar vb.), kongre ve konferans merkezi, mağaza, uluslararası markalar (Montana Jack), kompleks, çalışan lojmanları, spa merkezi, eğlence merkezi, park, bisiklet parkuru, zipline parkurları, tıp merkezi (Big Sky Medical Center) vb. çok sayıda yenilikçi yatırım yapılmıştır.
- Destinasyonun ulaşılabilirliğini artırmak amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmış ve ulaştırma hizmetleri artırılmıştır. Aynı zamanda bölgede altyapının geliştirilmesi faaliyetleri hızlandırılmıştır.
- 2005 yılında Big Sky Resort ve Moonlight Basin kayak alanı “Amerika'daki En Büyük Kayak Alanı” olarak açıklanmış ve bu durum Big Sky'ı tüm yetenek seviyelerindeki kayakçılar için mutlaka ziyaret edilmesi gereken bir destinasyon olarak tanıtmıştır.

- 2009 yılında Başkan Obama, 2010 yılında ise Başkan Yardımcısı Joe Biden, Big Sky Resort’u ziyaret etmiş, bu da bölgenin tanıtımını artırmış ve imajını olumlu yönde etkilemiştir. 2011 yılında ise güçlü toplum ve devlet desteğiyle Big Sky Resort, Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC) konferansına ev sahipliği yapmıştır. Bu konferans ayrıca, Big Sky Resort’un küresel düzeyde önemli ölçeklerdeki etkinlik, konferans veya grup toplantıları için hazır olduğunu kanıtlamıştır.
- 2016 yılında “Big Sky 2025” mottosuyla gelecek için bir vizyon ortaya konulmuş, Big Sky Resort’un 2025 ve sonrasında turizm sektörü için kısa, orta ve uzun vadeli planlar da dahil olmak üzere gelecek on yıl vizyonu açıklanmıştır.
- 2020 yılından itibaren modern yatırımları (turizm işletmeleri, teleferik, telesiyey vb.) içeren projelere başlanmıştır. 2021-2025 dönemi için turizmi geliştirmek amacıyla dağdaki kış turizmi ve F&B deneyiminin artırılması, kayakçılar için ek hizmetlerin sunulması, yeni kar sporları öğrenme merkezi, yeni macera etkinlikleri merkezi, gece kayak hizmetleri, mevcut turizm işletmelerinin restore edilmesi, yeni teleferik, telesiyey vb. projelerin yapımı planlanmıştır.
- “Amerika’nın Alp’ini yaratmak” mottosu ile Big Sky Resort’un geleceği için oluşturulan Big Sky 2025 vizyonu, küçük Big Sky kasabasını ve geniş dağ kayak arazisini dünya çapında bir yıl boyunca dağ destinasyonuna dönüştürmeyi amaçlayarak 10 yıllık iddialı bir yatırım planı ortaya konularak hazırlanmıştır. Bu projeler kapsamında bölgeye 150 milyon dolar yatırım yapılması planlanmaktadır. 2025 vizyonuna rehberlik eden dört alan şunları içermektedir:
 - a) Alp deneyimi üzerine vurgu: dağda sürekli yıllık iyileştirmeler yapmak ve Amerika’daki en hızlı telesiyey sistemini kurmak.
 - b) Dağ köyünü yeniden tasarlamak: konaklama olanaklarını modernize ederek, yeni eğlence merkezleri kurmak, yiyecek-içecek seçeneklerini ve diğer olanakları genişleterek günümüzün turist beklentilerine ayak uydurmaya devam etmek.
 - c) Yerel halkın gelişimini desteklemek: Big Sky Resort, bir yönden Big Sky topluluğunu yaşanabilir ve sürdürülebilir tutarken, aynı zamanda kasaba

karakterini geliştirmek için gereken yerel ortaklıkların önemli olduğunun bilincindedir.

d) Big Sky destinasyonunun ulaşım imkanlarını artırmak: Big Sky 2025'in önemli bir bileşeni, yeni destinasyonlardan havayolu ulaşımını garanti ederek veya Big Sky'a ve çevresinde ek otobüs seferlerini destekleyerek ulaşımın kolaylaştırılmasıdır.

Montana Turizm ve İş Geliştirme Ofisi, Turizm Hibe Programı ile yılda yaklaşık 750 bin dolar destek vermektedir. 1995 yılından itibaren turizm ve rekreasyonla ilgili 480 projeye 12,1 milyon dolardan fazla fon sağlanmıştır. Böylece Montana genelinde yerel halk için olumlu bir ekonomik fayda elde edilmiştir.

Ayrıca Big Sky destinasyonu çevresindeki Yellowstone Milli Parkı gibi destinasyonlarla entegre edilerek paket ürün oluşturulmakta ve pazarlanmaktadır. Bölgede yaz aylarında birçok etkinlik düzenlenerek, yaz sezonu etkili bir şekilde değerlendirilmektedir. Aynı zamanda destinasyon medya, sosyal medya, web sitesi vb. birçok kitle iletişim aracı ve kılavuz ile birçok yazılı, görsel ve işitsel araçlar vasıtasıyla tanıtılmaktadır. 2019-2020 sezonu için tanıtım ve pazarlama alanına 2 milyon 204 bin ABD \$ bütçe ayrılmıştır.

Big Sky bölgesinde yaklaşık 4 bin iş fırsatı sunulmakta ve bu işleri yerine getirmek amacıyla Big Sky ve çevre bölgelerden gelen 3.090 çalışan istihdam edilmektedir. 2023 yılına kadar Big Sky'da yaklaşık 600 ile 900 yeni iş imkanı yaratılacağı tahmin edilmektedir. Big Sky destinasyonunda kişi başına düşen gelir 51.800 \$ olarak kaydedilmiştir. Big Sky bölgesinde yaşayanların %70.1'i turizm sektöründe, %7.4'ü inşaat sektöründe ve %3.5'i ise emlak/gayrimenkul sektöründe istihdam edilmektedir. Bununla birlikte destinasyona yakın bölgelerde ileri teknoloji endüstrisi büyümeye devam etmektedir. 2016 yılında Montana eyaletine 12.4 milyon ziyaretçi seyahat etmiş ve 3.7 milyar dolar seyahat harcaması gerçekleştirmişlerdir. Bu gelişmeler 53.380 istihdam fırsatının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Big Sky destinasyonunda ise toplam harcama yaklaşık 660 milyon ABD \$ olarak kaydedilmiştir. 2018 yılında ise Big Sky destinasyonuna 4 milyon 615 bin ziyaretçi gelmiştir. Bu istatistikler turizm sektörünün bölgenin kalkınmasına büyük katkı sağladığını göstermektedir. Turizm faaliyetleri ile kalkınmayı daha da artırmak için bölgede ulaşım, eğitim, sağlık, güvenlik, iletişim,

enerji, diğer kaynaklar ve sürdürülebilirlik alanında altyapı yatırımları yapılmaya devam etmektedir. Turizm alanında yapılan ve yapılacak olan büyük yatırımlar bölgenin kalkınmasını hızlandırmaktadır (Big Sky Chamber of Commerce Convention & Visitors Bureau, 2017: 2-7; Big Sky Chamber, 2019: 4-23).

Bölgede karşılaşılabilecek muhtemel zorluklar ise işgücü, doğa olayları (iklim değişikliği vb.), mevsimsellikten kaynaklanan sorunlar ile ekonomik ve politik çevre vb. faktörler olarak belirlenmiş, destinasyonun sahip olduğu fırsatlar ise Yellowstone Milli Parkı, doğal çekicilikler, yeni yatırımlar (otel, restoran, kongre merkezi vb.), ulaşılabilirliğin artması, bozulmamış doğa, canlı ve büyüleyici kasaba hayatı ve düzenlenen etkinlikler olarak belirlenmiştir (McGee, 2018: 1-17).

Bu destinasyonda sürekli olarak gerçekleştirilen inovatif yatırımlar, yeni işbirlikleri, yerel halkın katılımı, ulaşılabilirliğin artırılması, farklı etkinliklerin düzenlenmesi, altyapının geliştirilmesi, tanıtımın artırılması, uluslararası mutfak hizmetleri sunan işletmelerin varlığı, Big Sky destinasyonunun Yellowstone Milli Parkı ile entegre edilerek paket ürün olarak pazarlanması ve diğer projeler kış turizminin gelişmesini sağlayarak bölgenin kalkınmasını hızlandırmıştır. Ayrıca bu faaliyetler bölgede mevsimsellik sorununu ortadan kaldırmış ve bölgede yaz mevsiminde de turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesine yardımcı olmuştur. Diğer yandan olağan dışı doğa olaylarını (iklim değişikliği, ekolojik sistemin bozulması) önlemeye yönelik sürdürülebilirlik politikaları oluşturulmasına rağmen, işgücü ve ekonominin turizm sektörüne aşırı bağımlılığını önlemeye yönelik uygulanan politikalarda bazı eksiklikler olduğu ifade edilebilir.

2.3.2. Birleşik Krallık: Manchester Örneği

Bu tez çalışması için örnek olarak seçilen Birleşik Krallık'a bağlı Manchester bölgesinin özellikleri, Kayseri ilinin iklimi, tarihi ve kültürel çekicilikleri ve turizm yapısı ile benzerlik göstermektedir. Örneğin Manchester'da Roma Kalesi, Roma ticaret yolu kalıntıları, çok sayıda müze ile tarihi ve kültürel çekiciliklerin bulunması, Kayseri'de de dünyanın ilk organize ticaret merkezi Kültepe (Kaniş-Karum), Roma Kalesi, birçok müze, tarihi ve kültürel çekiciliklerin benzer özelliklere sahip olması, iki bölgenin de kültür ve tarih turizmi açısından birçok ortak özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Manchester örneğinde tarihi ve kültürel çekiciliklerin ve turizm

potansiyelinin kullanılarak kalkınmanın sağlanması amacıyla çeşitli proje, program, politika, plan veya stratejiler oluşturulmuştur. Böylece hem kentin tarihi ve kültürel varlıkları yenilenmiş hem de bölgenin turizmden daha fazla pay alması sağlanmıştır. Tarihi ve kültürel varlıkları turizme kazandırılan bölgenin kültür ve tarih turizmi potansiyeli ve bölgeye gelen turist sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bu nedenle Manchester örneğinin kültür ve tarih turizminin geliştirilmesi açısından Kayseri ili için başarılı bir model olabileceği ifade edilebilir.

Manchester, Birleşik Krallık'a bağlı bir şehirdir. İklim özellikleri açısından bu bölge yaz aylarında kısmen bulutlu ve sıcak veya ılık, kış aylarında ise soğuk ve bazen de kar yağışlıdır (Weather Spark, 2020). Çok kültürlü bir sosyal yapıya sahip olan Manchester bölgesinde müze, kütüphane, galeri, üniversite, kilise, katedral, kale vb. birçok tarihi ve kültürel çekicilikler (Castlefield (Roma Kalesi), Manchester United FC Old Trafford Stadi, The Lowry, Manchester Art Gallery, Manchester Museum vb.) bulunmaktadır. Aynı zamanda bölgede çok sayıda turist çeken çeşitli etkinlikler (sportif, sosyal, kültürel vb.) de organize edilmektedir (Visit Manchester, 2020; Creative Tourist, 2020; Wikipedia, 2020). Bu unsurlar bölgenin kültür ve tarih turizmi potansiyelini artıran değerlerdir. Manchester örneğinin tarihi ve kültürel varlıklarını uygulamaya koyduğu etkili strateji, politika, program ve projeler ile başarılı bir şekilde turizme kazandırmış ve zaman içerisinde çekiciliği yüksek bir kültür ve tarih turizmi destinasyonu haline gelmiştir. Manchester destinasyonunun turizmi geliştirme süreci aşağıda kapsamlı bir şekilde incelenmektedir.

Manchester, Roma kökenli bir şehirdir ve Roma ticaret yolunun kalıntıları kentin önemli bir çekiciliğini oluşturmaktadır. Ticari Manchester merkez bölgesi çok sayıda sanayi bölgesinden oluşmakta ve dünyanın ilk sanayi kenti olarak bilinmektedir. Bir zamanlar merkezi alanda çok sayıda depolama tesisinin bulunduğu (tekstil endüstrisinde) dünya ticaret merkezi olarak da bilinmektedir. Şehir merkezinde ve çevresinde bulunan çok çeşitli sanayi bölgeleri, Manchester'ın tüm merkezi bölgesinin değerini önemli ölçüde kaybetmesinden sonra hızlı bir tahribata (deformasyona) maruz kalmıştır. İlk toparlanma programları 1980'li yıllarda gerçekleştirilmiş, 20. yüzyılın son on yılı, şehir merkezinde modernizasyon ile koordine edilen kullanılmayan endüstriyel alanların yoğun bir şekilde yeniden canlandırılması söz konusu olmuştur

(Kazimierczak, 2012: 11-19; Vasquez, 2014: 53-61; Champion ve Coombes, 2014: 73-81).

Manchester'ın merkezindeki mekansal ve işlevsel dönüşümlerle birlikte, sanayi devriminin yaşandığı dönemlerin maddi mirası modernleşmiş kentsel alanda önem kazanmıştır. Eski sanayi tesisleri yenilenmiş ve turizm de dahil olmak üzere yeni işlevlere adapte edilmiştir. Bu da yeni kentsel peyzaj için çok önemli bir özellik oluşturmaktadır. Eski sanayi bölgesi olan bu alanlar ilk olarak yeni tür kentsel kalkınmaya entegre edilerek korunmuştur. Yeniden yapılandırılmış bir Roma kastrumuna (Roma Ordugahı) sahip olan bu alan değerli olması nedeniyle Manchester'ın beşiği olarak adlandırılmaktadır. Bu alanlara yönelik turizm yatırımları da yapılmaya başlanmıştır. Castlefield'da tarihi değere sahip tüm eski endüstriyel binalar yeniden canlandırılmış ve 1982'de İngiltere'deki ilk "Urban Heritage Park" (Kentsel Miras Parkı) kurulmuştur. Bölgedeki bilinçli kalkınmanın sürdürülmesi bağlamında, dünyanın ilk tren istasyonu Liverpool Road'un Bilim ve Sanayi Müzesi'ne (MOSI) dönüştürülmesi için tahsis edilmiştir. Burada sanayi devrimi, buhar motorları, lokomotifler, değirmenler, ilk elektrikli makineler ve mekanik yapıları ve işleyişleri hakkında bilgi edinme imkanı bulunmaktadır. Bu mekan, sanayi devrimi ve bölgenin eşsiz mimarisi ile ilişkili zengin bir kültürel ve tarihi miras olarak seçilmiştir (Kazimierczak, 2012: 11-19; Jeffrey ve Pounder, 2000: 95-96; Vasquez, 2014: 53-61).

Yeniden canlandırılan tüm sanayi bölgelerinin bütünleyici bir parçası da Bridgewater ve Rochdale su kanallarıdır. Bu kanalların yanı sıra dinlenme amaçlı çok sayıda yeşil alan bulunmaktadır. Sonuç olarak, kentin suyla temas ettiği bölgelerde tüm turistlere açık çekici kamusal alanlar yaratılmıştır. Ayrıca kanalların kıyısında, birçok konaklama tesisi ve daha önce su yollarına bağlı olan eski depolarda çok çeşitli kafe ve restoranlar konumlanmıştır. Demiryolu kemerleri altında veya geçmişten esinlenen karakteristik bir tarza sahip yeni binalarda, manzaranın baskın özelliklerini görmek mümkündür. Ayrıca Manchester'ın bu bölümünde turizm çekiciliklerini oluşturan diğer gastronomik mekanlar ortaya çıkmıştır. Canlandırma süreci ile birlikte kanal rehabilite edilmiş ve bugün popüler bir turizm rotası olarak kullanıma sunulmuştur. Aynı zamanda kanalın kenarında bireysel turistler tarafından kullanılan çok sayıda demirli halde tekne bulunmaktadır. Sanayi alanlarının orijinal gelişimi unsurları kentsel manzaraya hakim olmamakla beraber, kentin önemli ve ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır.

Canlandırma, amacı kentsel birimlerdeki daha fazla mekansal ve işlevsel dönüşümlere ivme kazandırmak olan çok sayıda önemli (diğer adıyla amiral gemisi) projeleri içermiştir. Bu projeler kapsamında, 1996 yılında büyükşehir işlevlerinin baskın bir rol oynamasının beklendiği şehir merkezinde Bridgewater Salonu'nun inşasına başlanmıştır. Ayrıca, eski merkez tren istasyonu, G-Mex Konferans ve Sergi Merkezi'ne dönüştürülmüştür. Bu merkezin çevresinde çok katlı bir otopark ve bir eğlence merkezi bulunan Büyük Kuzey Demiryolu Deposu da bulunmaktadır. Yakınlarında yerleşim binalarının bulunduğu kentin en yüksek gökdeleni ve Londra dışında Büyük Britanya'nın en yüksek (169 m) konut binası olan Hilton Hotel kent manzarasının ayrılmaz bir parçasını oluşturmakla birlikte, Manchester'ın ve yeni metropol imajının sembolü haline gelmiş bir özelliğidir. Bu bina şehrin cazibe merkezlerinden birini oluştururken, konaklama standardını da yükseltmektedir (Kazimierczak, 2012: 11-19; Jeffrey ve Pounder, 2000: 95 96; Tiesdell, Oc ve Heath, 1996: 80-85).

Mekansal ve işlevsel dönüşüm çerçevesinde gerçekleştirilen, Manchester'ın çekiciliğini artıran diğer önemli projeleri, Spinningfields alanındaki Halk Tarihi Müzesi (daha önce Ulusal Çalışma Tarihi Müzesi) ve Katedral, Mısır Borsası, Arndale Alışveriş Merkezi ve Victoria Tren İstasyonu çevresindeki Urbis eski Kent Kültürü Merkezi'dir. Diğer önemli kültürel kurumlar arasında Manchester Müzesi, Şehir Sanat Galerisi'nin önemli bir koleksiyonu olduğu için özel bir ilgi çekmektedir. Her iki kurum da, binaların yenilenmesi için Manchester merkezinin yeniden canlandırılması sürecinde Ulusal Piyango Kuruluşu'ndan mali destek almıştır. Bu mekanlar, Platt Hall'daki İngiliz Kostüm Galerisi, Polis Müzesi, Ulaşım Müzesi, Saray Tiyatrosu, Opera Binası ve diğerleriyle birlikte, kültür turizmi açısından alışılmadık bir kültürel talep oluşturmaktadır. Bu projeler kapsamında ayrıca çeşitli spor sahalarının, örneğin daha önce Nynex olarak bilinen Manchester Evenings News (MEN) Arena, Ulusal Bisiklet Merkezi'ndeki Manchester Velodrome ve Manchester Şehri Futbol Stadyumu'nun geliştirilmesi tamamlanmış ve 2002 yılında gerçekleşen İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları için kullanıma sunulmuştur. Bu alanların yanı sıra, iç mekanlarında düzenlenen etkinlikler (konserler, sergiler, spor etkinlikleri), kentin turizm talebini önemli ölçüde çeşitlendirmiştir. Üstelik Manchester, Avrupa Futbol Şampiyonası'nda ev sahibi bir şehir iken, 1994 yılında prestijli "City of Drama" ünvanını almıştır. Bu

gelişmeler ve diğerleri Manchester için yeni bir marka yaratma sürecini etkilemiştir (Champion ve Coombes, 2014: 73-81; Tiesdell, Oc ve Heath, 1996: 80-85; Kazimierczak, 2012: 11-19; Jeffrey ve Pounder, 2000: 95-96; Vasquez, 2014: 53-61). Yukarıda belirtilen faaliyetler Manchester destinasyonunun hem imajını geliştirmiş hem de kentin marka değerini artırmıştır.

Mekansal ve işlevsel dönüşüm geçiren bir başka kentsel alan türü ise kentin ticari merkezinin kuzey doğusunda yer alan Northern Quarter bölgesidir. Bu bölge, karakteristik özelliği modern zamanlara kadar korunmuş farklı yapı türlerinin ve işlevlerinin mozaïği olan Manchester'daki en orijinal endüstriyel mekanları barındırmaktadır. Şehir merkezi ile ilgili çevresel konumu ve metropol olanaklarından yoksun olması nedeniyle bu bölge popüler bir turizm bölgesi değildir. Ancak eşsiz mimarisi ve atmosferi nedeniyle sanatçılar, gençler ve bireysel turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Özetle, küçük bir alanda bulunan eski sanayi bölgelerinin neredeyse tamamen turizm fonksiyonu ve tüm Castlefield bölgesine uyarlandığı söylenebilir. Bu alanın canlandırılması rekreasyon alanlarının yeri ve turizm profili oluşturan diğer birçok alanla bağlantılıdır. Turizm, kanallar ve demiryolu köprüleri gibi teknolojik ve iletişim alanlarının yanı sıra çağdaş bir yorumlama ile korunmuş endüstriyel mimariyi keşfetme fırsatı vermektedir. Bununla birlikte, mimari formlarına müdahale etmek için hiçbir girişimde bulunulmamıştır. Böylece, tarihi eski sanayi binaları kentsel peyzajın önemli bir parçası olmaya devam etmekte ve Manchester için kalıcı bir marka oluşturmaktadır. Bu binalardan bazıları kentin en önemli turistik cazibe merkezleri haline gelmiştir. Aynı şekilde eski sanayi bölgelerinin yeniden canlandırılması amacıyla başka alanlarda da restorasyon faaliyetleri gerçekleştirildiği ifade edilmektedir (Champion ve Coombes, 2014: 73-81; Tiesdell, Oc ve Heath, 1996: 80-85; Kazimierczak, 2012: 11-19).

Yeni kurulan bir turizm destinasyonunun bir parçası olarak daha önce izole edilmiş kentsel alanlar, Manchester'da yeni turizm alanı oluşturulmasına katkıda bulunmuştur. Şehrin yeni turizm cazibe merkezlerini şekillendirmek için yeniden canlandırma sürecinin büyük önemi, 1990'lardan itibaren artan turizm hacmine yansımaktadır. Manchester örneği, sanayi arazilerinin yeniden canlandırılmasının yeni turizm alanının oluşumunu başlattığını ve mevcut alanı değiştirdiğini gösterirken, zaman içerisinde bozulmuş kentsel alanların dönüşümü, turizm tesislerinin daha önce ticaretin hakim

olduğu merkezi bir alanın temelleri üzerinde ortaya çıkmasını sağlamıştır (Arndale, Urbis ve MEN Arena dahil) ve hizmetler (Spinningfields Halk Tarihi Müzesi). Daha önce sanayi için kullanılan arazinin yeniden canlandırılmasının, bir kentin turizm alanını şekillendirmesi açısından çeşitli etkileri olduğu ve yerel yetkililerin turizm sektörü için ayırdıkları imkanlara ve bu yeni kazanılmış bölgeye bir turizm destinasyonu fonksiyonu yükleme politikalarına bağlı olduğu da söylenebilir. Manchester'daki turizm alanı ziyaretçilerde büyük bir merak uyandırdığı için sanayi çağına artan ilginin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu şekilde şehrin gizli kalmış turizm potansiyeli ortaya çıkarılmış ve endüstriyel binaların modern turizm tesislerine uyarlanması sayesinde daha çok turizm amacıyla kullanılmıştır. Şehrin olumlu imajının kaynağı, yetkililerin pazarlama kampanyalarını tutarlı bir şekilde gerçekleştirmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Endüstriyel alanların yeniden canlandırılması yoluyla Manchester Şehir Konseyi'nin bu sınırı aşmak ve sosyal ve ekonomik kalkınmayı desteklemek için gerekli katkıyı sağladığı varsayılabilir. Sonuç olarak bu gelişmeden etkilenen bir ilerleme ile bölgeye yeni yatırımlar çekilmiştir (Kazimierczak, 2012: 11-19; Jeffrey ve Pounder, 2000: 95-96; Tiesdell, Oc ve Heath, 1996: 80-85). Turizm açısından potansiyel teşkil eden çekicilikler değerlendirilerek hem turistler hem de yatırımcılar açısından bölge çekici bir hale getirilmiş ve böylece önemli bir gelişme kaydedilmiştir. Bu gelişmelerde büyük etkinliklerin düzenlenmesi, yatırımlar, işbirliği, fon desteği ve yaratıcı projeler hazırlanmasının etkisinin oldukça fazla olduğu vurgulanmalıdır.

Central Manchester Development Corporation (CMDC) 1988 yılında bölgede ekonomik kalkınmayı sağlamak için kullanılmayan arazileri ve terkedilmiş alanları yeniden düzenlemek amacıyla kurulan devlet destekli bir kuruluştur. Geliştirme için toplamda 4 milyar £ harcanmış ve bölgede 190 bin yeni iş fırsatı ortaya çıkmıştır. Ayrıca kurum turizm potansiyeli olan alanları turizme kazandırmış ve çekici hale gelen alanlar iki milyondan fazla ziyaretçiye ev sahipliği yapmaya başlamıştır (Doherty, 2012). Aynı zamanda Manchester'da turizm sektörünü desteklemek ve geliştirmek amacıyla çeşitli sportif faaliyetlere ve sosyo-kültürel etkinliklere odaklanılmaktadır. Bu da bölgenin tanıtımı ve çekiciliğine katkı sağlamakla birlikte, hem turist sayısını hem de turizm gelirini artırma fırsatı sunmaktadır (Sadd, 2009: 21-41). 1999 ile 2005 yılları arasında Manchester'da Kuzey Batı Ekonomik ve Sosyal Program kapsamında bir dizi girişim

tarafından finanse edilen 17.71 milyon £ değerinde bir program olan “Commonwealth Games Legacy Programme” İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları’na ev sahipliği yapmak için kenti uygun hale getirme projesidir. 2002 yılında sportif ve kültürel etkinliklere (oyunlara) ev sahipliği yapmanın yerel bölge için 6.300 yeni iş fırsatı yaratılması, çeşitli yatırımların (otel, yiyecek-içecek işletmesi, mağaza vb.) inşası, ziyaretçilerin artışına bağlı olarak yerel şirketler için 22 milyon £ gelir artışı, ziyaretçi sayısında yıllık 300 bin artış ve yerel ekonomi içinde 18 milyon £ ziyaretçi harcaması vb. olumlu katkılar sağladığı belirtilmiştir. Kuzey Batı Kalkınma Ajansı 6,2 milyon £’lık yenileme bütçesi ayırmıştır. Buna ek olarak program, kamu ve özel sektör kaynaklarından 11,5 milyon £ ek bir finansal girdi ile de desteklenmiştir. Ayrıca bu durumun Manchester’ın kuzeybatısında kentsel yenilenmeyi teşvik ettiği, altyapı yatırımları sağladığı, turist sayısını artırdığı, imaj oluşturduğu, ulaşım olanaklarını ve inşaat vb. diğer sektörleri desteklediği görülmüştür (ECOTEC, 2005: 1-26; Smith, 2007: 85-101). Amiral gemisi projeleri, destinasyonların geniş ölçüde medyada yer almasını sağlamak amacıyla tasarlanan etkili bir reklamcılık girişimidir (Smith, 2006: 394). Bu da Manchester destinasyonunun tanıtımına katkı sağlamıştır.

Tablo 6, Manchester’da bulunan en popüler turistik destinasyonlara yönelik ziyaretçi istatistiklerini göstermektedir.

Tablo 6. Manchester’daki En Popüler Turistik Destinasyonlara Yönelik Ziyaretçi İstatistikleri

Destinasyonlar	2004 Yılı Ziyaretçi Sayısı	2009 Yılı Ziyaretçi Sayısı	2015 Yılı Ziyaretçi Sayısı
The Lowry	330.000	843.035	892.256
Manchester Art Gallery	291.066	408.539	593.169
Manchester Museum	166.525	329.752	453.970
Manchester United FC Museum	232.831	309.397	321.972
Runway Visitor Park	264.743	241.000	363.000
Imperial War Museum North	249.875	236.529	326.015
Urbis	193.798	253.041	-
Bolton Museum, Aquarium and Archive	227.289	374.079	378.202
Chill Factore	-	484.722	1.200.000
Museum of Science & Industry	469.399	532.763	707.000
HOME	-	-	619.658

Kaynak: (Kazimierczak, 2012: 15; GMCA, 2017; The Confidential Manchester, 2015; Oldfield, 2017)’den uyarlanmıştır.

Tablo 6 Manchester’da hem kentsel yenilenme hem de turizm odaklı kalkınma amacıyla uygulanan politika, proje ve programların bölgeye gelen turist sayısını önemli ölçüde artırdığını göstermektedir. Ayrıca 2015 yılında konferanslar, kültürel ve ticari etkinlikler Manchester ekonomisi için 810 milyon £ sağlayarak yaklaşık 40 bin yeni istihdam alanı yaratmıştır (GMCA, 2017). Bu verilerden Manchester’da kültür ve tarih turizmini geliştirerek kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla uygulanan politikaların başarılı olduğu anlaşılabılır. Örneğin Manchester Uluslararası Festivali’nin 38 milyon £ şehir ekonomisine katkısı olmuştur (Blue Sail, 2014: 28). Çekici bir kültür ve tarih turizmi destinasyonu haline gelen Manchester örneği başarılı politikaları ile turist sayısını artırarak turizmden önemli faydalar elde etmiştir. Bu da turizm sektörünün bölgenin kalkınmasında büyük rol oynamasını sağlamıştır.

Kamu ve özel sektör tarafından yapılan büyük yatırımlar Manchester bölgesini büyük turistik bir destinasyona dönüştürmüştür. Manchester Commonwealth Games’in gösterdiği gibi, büyük ölçekli etkinliklerin turizm üzerinde önemli bir etkisi olmuştur. Katılımcılar ve ziyaretçiler tarafından yapılan çeşitli düzeylerde harcamalar, altyapının sağlanması, imajının olumlu olması vb. pozitif etkiler ortaya çıkarmıştır. Ayrıca gençlerin üniversitede veya kolejde tanıştıkları arkadaşlarını ziyaret etme eğilimi, Manchester gibi yerlerde gençlere yönelik kültür politikalarının teşvik edilmesine yardımcı olmaktadır (Northwest Development Agency, 2002: 2-19).

Diğer taraftan 2014-2020 dönemi için Destinasyon Yönetim Planı hazırlanmış ve Manchester’ı başarılı bir uluslararası destinasyon olarak konumlandırmak, etkinlik destinasyonu olarak daha da geliştirmek, ürün kalitesi ve cazibesini artırmak ve büyüme kapasitesini en üst düzeye çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaçları gerçekleştirmek için 2014 ile 2017 yılları arası çeşitli kampanyalar düzenlenmiştir. Konaklayan ziyaretçi sayısını 10,3 milyondan 13,7 milyona çıkarmak, günübirlik ziyaretçi sayısını yılda 95,2 milyondan 127 milyona çıkarmak, yabancı ziyaretçi sayısını 1.09 milyondan 1.27 milyona çıkarmak, turizm gelirlerini 6.6 milyar £’dan 8.8 milyar £’a yükseltmek ve turizmin desteklediği istihdam sayısını yaklaşık 84 binden 112 bine çıkarmak hedeflenmiştir. 2017 ile 2020 yılları arası düzenlenen kampanyalarda ise Manchester algısını iyileştirmek, gelen turist sayısını artırmak, turistlerin daha uzun süre şehirde kalmasını sağlayarak turist harcamasını artırmak, havalimanını yenilemek ve geliştirmek, büyük etkinliklere ev sahipliği yaparak marka değerini, ulaşılabilirliği ve

sürdürülebilirliği artırmaktır. Turizm ile sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak amacıyla çok sayıda projenin yürürlüğe konulduğu görülmektedir (Marketing Manchester, 2017: 3-36).

İşgücü temininin potansiyel bir zorluk olduğu, ulaşılabilirliğin ve tanıtımın artırılması, rekabeti ve çekiciliği sürdürmek için turistik ürünlere yatırım yapılması, ziyaretçi memnuniyeti ve müşteri hizmetleri standartlarının iyileştirmesi ve teknolojiyi kullanarak dijital sunumun artırılmasının gerektiği ifade edilmektedir. VisitBritain, Cabinet Office, London and Partners, İngiltere Sanat Konseyi (Arts Council England) ve turizm paydaşlarının başarılı proje teklifleri sunan Discover England, GREAT ve Cultural Destinations ile fon sağlamak için iyi stratejik ilişkiler kurulmasının, uluslararası bağlantıları bulunan Manchester Havalimanı'nın, rekabet ve verimlilik sağlayan turizm sektörü anlaşmalarının, kültür ve uluslararasılaşma faktörünün, şehrin profilini kültürel bir destinasyon olarak desteklemeye yardımcı olan sermaye yatırımlarının Manchester için yeni fırsatlar sunduğu ifade edilebilir (Marketing Manchester, 2017: 24-25).

Manchester örneğinde tarihi ve kültürel açıdan değerli olan alanlar yeniden canlandırılarak çekici hale getirilmiş ve turizme kazandırılmıştır. Bununla birlikte çeşitli etkinlikler ve tanıtım politikaları ile bölgeye daha fazla turist gelmesi sağlanmış, daha fazla turizm geliri elde edilmiş ve bölge ünlü bir kültür ve tarih turizmi destinasyonu haline gelmiştir. Sonuç olarak Manchester destinasyonunda kültür ve tarih turizmi potansiyeli ortaya çıkarılarak bölge açısından önemli sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel faydalar elde edildiği hususunun altı çizilmelidir.

2.3.3. İtalya: Torino Örneği

Coğrafi yapısı (iklim, doğa vb.), çekicilikleri (müzeler, tarihi ve kültürel varlıklar (Roma döneminden kalma varlıklar), doğal varlıklar vb.) ve ekonomik yapısı (sektörel faaliyetler) açısından kısmen de olsa Kayseri bölgesi ile benzer özelliklere sahip olan Torino kenti gastronomi turizmini geliştirmek için önemli adımlar atmış ve bu hususta başarılar elde etmiştir. Bu nedenle Torino, gastronomi turizmini geliştirmeyi hedefleyen Kayseri ili için ideal bir örnek olabilecek niteliklere sahiptir.

Torino, İtalya'nın kuzeybatısında yer alan ve kışları soğuk, yazları ise yüksek bölgelerde ılık, ovalarda da oldukça sıcak iklim özelliği gösteren önemli bir sanayi ve ticaret şehridir. Sahip olduğu kültürel mirası ve tarihi ile yenilikçi politikaların birleşimi sonucunda oluşan zengin mutfağı, Torino kentini birçok destinasyona nispetle öne çıkarmakta ve bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini artırmaktadır. Bölgede Roma dönemi kalıntılarının yanında, kentte bulunan birçok müze ve tarihi eser vb. çekicilikler şehrin kültür turizmine büyük katkı sunmaktadır. Bu durum ise kültür ve tarih turizmi ile gastronomi turizminin birbirini desteklemesini sağlamaktadır. Özellikle kentte düzenlenen etkinlikler (gastronomi turları, gastronomi festivalleri vb.) ve kentin sahip olduğu doğal alanlar ile yiyecek-içecek imkanları bölgedeki gastronomi faaliyetlerine değer katmaktadır. Torino'nun gastronomi faaliyetlerini geliştirmeye yönelik hazırladığı ve uyguladığı plan ve projeler kentte gastronomi turizminin gelişimini hızlandırmış, ayrıca gastronomi açısından oluşturulan sosyal projeler bölgeyi uluslararası ölçekte hem tanıtmış hem de imajının olumlu yönde gelişmesini sağlamıştır. Böylece bölge önemli bir gastronomi turizmi destinasyonu haline gelmiştir (Encyclopaedia Britannica, 2020; Piemonte Guide, 2020; Meteoblue, 2020).

Torino, dünya çapında tanınmış ve bölgesindeki tarımsal üretimin kalitesine güvenilebilir bir kent özelliğine sahiptir. Bu nedenle, Fransa'daki Lyon veya Dijon ve diğer komşu şehirler gibi yüksek kaliteli gıdaların başkenti olmak isteyen, kentsel pazarlama ve tanıtım stratejisi için gıda kullanma potansiyelinin farkına varmıştır. Torino'nun günümüzdeki gastronomik faaliyetleri ana hatlarıyla üç bölüme ayrılmıştır: ilk olarak, bölgede Piedmont gastronomisinin zirvesini temsil eden büyük şehir restoranlarının bulunmasıdır; ikincisi, modern konseptteki lokantaların yanında, geleneksel mekanlara ve daha yenilikçi mekanlara sahip olmasıdır; üçüncüsü ise yeni gastronomik bölgeleri keşfetmek isteyen misafirlere ilginç alternatifler öneren çok sayıda etnik yerli restoranların bölgede bulunmasıdır (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; About Turin, 2020).

Torino'nun iktisadi açıdan kalkınma tarihi, otomotiv sektörü (özellikle Fiat Corporation) ile doğrudan bağlantılıdır ve sektör kentin toplam imalat sanayi işgücünün üçte birini istihdam etmiştir. 1973 yılında yaşanan küresel petrol krizi, denizaşırı rekabet ve yüksek enflasyon, otomobil sektörünün şehirde çökmesine neden olmuş ve bunun sonucunda Torino ekonomisi krize girmiştir. Yeni koşulların bir yansıması

olarak, 1990’larda güçlü ve becerikli belediye başkanları döneminde 2000 yılından itibaren ilk stratejik planının yürürlüğe konulmuş olması ve 2006 yılında da Kış Olimpiyat Oyunları’na ev sahipliği yapılması sayesinde, Torino’nun bilim, kültür, yaratıcılık, tasarım ve teknoloji etrafında inşa edilmiş gelişen modern bir metropol haline getirilmesi için çalışılmıştır. Stratejik plan özellikle kurumları, siyasi temsilcileri, ekonomik dünyayı ve toplumu kentin kimliğini yeniden tanımlamak için bir projeye dahil etmiş, ortak bir sosyal ve ekonomik kalkınma ile gelecek için bir vizyon önermiştir. 2008-2010 yılları arasında Torino, XXIII. Dünya Mimarlık Kongresi, Torino Film Festivali, Euroscience Açık Forumu, Avrupa Kitap Fuarı, Uluslararası Sanat Fuarı “Artissima” ve Yavaş Gıda Fuarı “Terra Madre” gibi gastronomi organizasyonlarının da dahil olduğu çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmış ve bu tür uluslararası faaliyetler, Torino için özellikle krize karşı önemli bir savunma aracı olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, 2008 yılı sonlarında ve 2009 yılı boyunca yaşanan konjonktürel daralmanın şiddetli olumsuz etkileri ile mücadeleye yönelik yaratıcı ve uygulanabilir politika önerileri sunulmasına rağmen, rekabet açısından çeşitli sorunlarla yüzleşmek zorunda kalınmıştır. Diğer faktörlerin yanı sıra, şehrin yeni ekonomik kalkınma stratejisinin uygulanmasını desteklemek ve çok gerekli altyapı iyileştirmelerinin sağlanmasını kolaylaştırmak amacıyla kent daha üst düzey hükümetlerle etkili bir diyalog geliştirmiştir (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Agenzia Nazionale Turismo, 2020; Global Travel Industry News, 2020).

Eski İtalya’nın ilk başkenti olan Torino, yerel gastronomi çekicilikleri nedeniyle itina ve zarafeti ile karakterize edilen bir lezzet başkenti olarak kabul edilmektedir. Torino’da özel şaraplar, antipasti, tagliatelle, tatarin, amaretti, bignole, vermut ve grissini, aperatifler, bagna caôda, agnolotti, karışık patates, ünlü peynirler, zabaglione, gianduiotto (çikolata spesiyalitesi) ve bicerin (kahve ile yapılan geleneksel içecek) vb. çeşitli yerel lezzetler sunan çok sayıda şık restoran ve sokaklar ve meydanlar boyunca tarihi kafeler bulunmaktadır. Ayrıca bölgede şarap turları, gastronomi festivali, Slow Food festivali, çikolata festivali vb. birçok etkinlik düzenlenmektedir. Aynı zamanda Torino, İtalya’nın ilk “vejetaryen şehri” ünvanına da sahiptir. Torino’nun zengin mutfak kültürü ve düzenlediği etkinlikleri gastronomi turizmi açısından kenti önemli bir konuma taşımaktadır. Sanayileşmiş Torino kenti bir tarım bölgesinde yer almaktadır. Piedmont (Torino kentinin bulunduğu bölge) tarımı farklı alt sektörlerle ayrılmaktadır:

ovada lokalize olan çok az farklılaşmış, yoğun üretim, çoğunlukla sığır ve tahıllarla karakterize edilen mallar, yerel olarak üretilen ve tüketilen ürünler (çoğunlukla taze sebzeler), spesiyaller, son derece bölgeselleştirilmiş ürünler, genellikle dağlık alanlarda bulunan kalite belgelerine sahip ürünler (şarap, et, mantar, peynir) ve son olarak marjinal olarak nitelendirilebilecek üretimlerdir. Gerçekten de, son yıllarda Piedmont, İtalya bağlamında gıdaların en “kalite odaklı” bölgelerinden biri olarak kabul edilmektedir. 1995 Kentsel Plan, demiryolu hatlarının iyileştirilmesi, endüstriyel alanın yeniden kullanımı ve çevrenin yeterli hale getirilmesi ile birinci ve ikinci stratejik planlar çok çeşitli yöntemlere atıfta bulunmuştur. Planların teşvik ettiği olumlu uygulamalar, esas olarak Torino’nun bir turizm ve kültür şehri olarak geliştirilmesi ve Kış Olimpiyat Oyunları gibi mega etkinliklerin teşvik edilmesi ile 2006 yılında şehrin altyapısına 1.02 milyar dolarlık yatırım yapılmasını sağlamıştır. Stratejik plan, sürdürülebilirliği artırmak için yerel kaynakların kullanımını teşvik etme gereğinin de altını çizmiştir (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Forster, 2016; Lee, 2015, Lee, 2019: 387-395).

Ayrıca, Torino şehri Avrupa girişimi olan Akıllı Şehirler ve Topluluklar’a göre bir “akıllı şehir” olmayı umut etmektedir. Akıllı şehir programı, tüm akıllı şehirlerin tanımına uyan bir dizi yerel, ulusal ve Avrupa projesine öncülük etmektedir. Birinci ve ikinci stratejik plandan sonra üçüncü bir plan daha hazırlanmaktadır. Bu yeni planda, kenti tüm bölge ile ilişkili olarak tanıtmak amacıyla kentin odak noktası olarak gıdaların özel bir rolü bulunmaktadır. Bölgesel bir markalaşma yaklaşımında, gıdaların başkenti olmanın bir örneği olarak şehir “özgünlüğü” ve “yerel mükemmelliği” ifade etmektedir. Son birkaç yılda, kentsel tarım ve kentsel gıda planlama sistemlerinin gelişimi artmaktadır. Torino’da de kentsel tarım, kent ile çevre politikaları arasında değişen resmi veya özel kurum ve araştırma kuruluşları tarafından yürütülen bir dizi politika ve uygulamanın hedefinde bulunmaktadır. Yerel yönetimlerin, araştırma kuruluşları ve kentsel üreticilerin girişimleriyle, yeterli bir kentsel tarım tasarımı ve yeni gıda politikaları yürürlüğe konmaktadır. Stratejik planlar, yeni kentsel gelişmeler için şehirdeki yaşam kalitesini artırmak amacıyla yayaların ve bisiklet yollarının yaygınlaştırılması, yol seviyesindeki parkların azaltılması, metro planlaması ve UPA’yı (Urban and Peri-urban Agricultural areas/Kentsel ve Kent çevresi Tarım Alanları) içermektedir. Bunlar arasında, MiraOrti ve TOCC (Turin-City to Grow) gibi deneyimler

ve Kalkınma için Dört Şehir (Four Cities for Development) ve Rururbal adlı Avrupa programları, ilk Gıda ve Yerel Yönetim Anlaşması'nın oluşturulmasına yol açmıştır. Bu projeler, bir tarım-kültürünün kentsel topluluk içinde yayılmasını mümkün kılarak, şehirler arasındaki sinerji potansiyelini artırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu girişimler üreticilerin gıda özerkliğini artırmış ve sadece kamu finansmanına bağlı olmayan sanayileşme sonrası terkedilmiş büyük yeşil alanları hazırlayıp yeniden kullanılabilir hale getirmiştir. Aşağıdaki kentsel projelerin başarılarından yola çıkarak, gıda sürdürülebilirliği ile ilgili bir dizi entegre eylem belirleyen ve tutarlı bir kurumsal bağlamı temsil eden birleştirici bir çerçeve tanımlanmıştır (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Agenzia Nazionale Turismo, 2020; Global Travel Industry News, 2020; Forster, 2016; Lee, 2015, Lee, 2019: 387-395):

- “Torino SMILE” (Akıllı Hareketlilik, Kapsayıcılık, Yaşam ve Sağlık, Enerji) Akıllı Şehir konusuyla ilgili gıda ve sürdürülebilirlik temalarıyla doğrudan bağlantılı iddialı bir projeyi temsil etmektedir.
- Torino Strategica Derneği tarafından “Torino Metropoli 2025” adıyla Üçüncü Stratejik Plan'ı oluşturmayı amaçlayan “Torino Capitale del Cibo” (Torino Gıda Başkenti) düzenlenmiştir. Planın amacı yerel düzeyde sorumlu bir çevresel kalkınmanın başlatılmasıyla ilgilidir ve ekonomik, politik, sosyo-kültürel gıda politikalarıyla güçlü bir şekilde ilişkilidir. Projenin iddialı vizyonu ulusal ve uluslararası politikalara ilham kaynağı oluşturmaktadır.
- “FOOD START LAB” projesi 2014 yılından itibaren Torino (eski Torino ili) metropol bölgesinde somut bir “gıda stratejisinin” uygulanması için “gıda gündeminin” ilk taslağını oluşturmayı hedeflemiştir.

Gıda sürdürülebilirliği konusu, Torino stratejik planlamasının kilit noktası olarak görülmesine bile, kriz döneminde ve sonrasında Torino'nun yeniden yapılanmasında bir ivme kazanmış ve 1980'lerde Piedmont'ta doğan Yavaş Gıda (Slow Food) hareketi ile özel olarak geliştirilmiştir. Carlo Petrini tarafından başlatılan Slow Food, bir grup aktivistle birlikte, başından beri bölgesel gelenekleri, iyi yemek ve gastronomi zevkini geliştirmeyi, önce İtalya'da, sonra uluslararası düzeyde savunmayı amaçlamıştır. Bu hareket, gezegen, insanlar, siyaset ve kültür arasındaki güçlü bağları ortaya koyan gıda kapsamlı bir yaklaşımı benimsemek için geliştirilmiştir. Günümüzde Slow Food, 160

ülkede binlerce projeyi ve milyonlarca insanı içeren küresel bir hareketi temsil etmektedir. 1996 yılında, Torino kenti, birkaç yıl sonra iyi gıda ve gastronomi hakkında daha sonra dünya çapında ana etkinliklerden biri haline gelen Slow Food çerçevesinde düzenlenen ilk Salone del Gusto'ya ev sahipliği yapmıştır. Terra Madre'nin kararlaştırılması ile birlikte Salone, sürdürülebilir gıda ve yerel gelenekleri ve yüksek kaliteli ürünleri koruyan küçük ölçekli üreticilere odaklanmış en önemli uluslararası etkinliklerden (bienal) biri olmaya devam etmektedir. Torino şehri, zanaatkarlara ve kaliteli gıdaya önem veren yeni bir süpermarket konsepti olan Slow Food girişimiyle yakından ilişki içerisindedir. Bu gıda pazarı aynı zamanda bir aşçılık okulu ve çeşitli restoranlara ev sahipliği yapmaktadır. Belirtilen bu girişim birkaç yıl içinde, şehirde çok popüler bir hareket haline gelmiş ve diğer birçok İtalyan şehrinde ve farklı ülkelerde de tanıtılmıştır. 2002 yılında, yerel gıda pazarlamasını teşvik etmek için Torino şehri, “Paniere dei prodotti tipici” (yerel ve tipik gıda sepeti) adlı stratejik planı sunmuştur. Bu proje, yerel halkın katılımını desteklemek için yerel hammaddeden üretilen işlenmiş gıdaların bir listesini sağlamak amacıyla teknik, bilimsel ve tarihi bir analize göre yerel ve tipik gıda ürünlerini tanımlama, sertifikalandırma ve tanıtmayı amaçlamaktadır. On yıl sonra, “Paniere”, üretici derneklerine (seçilen her ürün için bir tane) ilişkin 32 yerel ürün tescilli etiketi tanıtılmaktadır. Ağ 1.000'den fazla yerel üreticiyi kapsamaktadır; 70 restoran ve 30 dükkan tüm projeyi tanıtmak için yılda 50'den fazla profesyonel fuar ve sergilere katılmaktadır. Satış yapan ürünlerden yaklaşık 20 milyon € toplam gelir elde edilmektedir. Ayrıca Torino kentinde farklı alternatif gıda sistemleri (AFS) deneyimleri bulunmaktadır. Örneğin Torino'da büyük ölçüde 80 çiftçi pazarı, doğrudan satışla uğraşan 1.000 çiftlik ve 106 kutu şeması (tarladan gelen organik ürünün kasasıyla sunulması) bulunmaktadır (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Agenzia Nazionale Turismo, 2020; Global Travel Industry News, 2020). Gıda pazarı günümüzde Piedmont bölgesi için stratejik öneme sahip bir ekonomik sektör olarak kabul edilmektedir (Vanolo, 2015: 1-7).

Torino şehri, en iyi uygulamaları paylaşmak ve kapsamlı bir bölgesel planlama dahilinde yetersiz kalan “Gıda Arzı Zincirleri”ni desteklemek ve ortak stratejiler geliştirmek amacıyla “Bölgesel İşbirliği Hedefi-MED 2007-2013” programı tarafından finanse edilen Avrupa “Rururbal” projesinin (2010-2011) bölgesel paydaşlarından biridir. Projenin pilot eylemleri arasında, her Cumartesi 100 bin ziyaretçiyi karşılayan

Avrupa'nın en büyük açık hava pazarı olan Porta Palazzo'da bir çiftçi pazarının organizasyonu ve "bölgesel ve gıda yönetişimi sözleşmesi" bulunmaktadır. 2011'den itibaren hem Ticaret, Halk Eğitim ve Çevre departmanları hem de Kırsal Kalkınma departmanı ALCOTRA tarafından finanse edilen "Çiftçilerin Tüketici Sınır Ötesi Bölgeleri" projesi içinde ilk kez birlikte çalışmaya başlamış ve herkesin sağlıklı, sürdürülebilir ve etik gıdaya erişim hakkını teşvik etmek amacıyla, "yemek kenti" ile "üretici bölge" arasında sinerji yaratmak için gıda politikaları konusu derinleştirilmiştir. Girişim, yerel bölge ve yeni gıda politikaları üzerine çalışarak farklı ama birbirine bağlı tüm metropol alanının (tarım, ticaret, çevre, lojistik, halk sağlığı) ihtiyaçlarını tespit ederek, mevcut olumlu uygulamaları geliştirmeye yönelik Bristol, Londra, San Francisco ve Vancouver gibi farklı örnekleri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak, Torino'daki gıda sistemi günümüzde şu şekilde karakterize edilmektedir (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Agenzia Nazionale Turismo, 2020; Global Travel Industry News, 2020; Forster, 2016; Lee, 2015, Lee, 2019: 387-395):

- Açık hava gıda pazarları: aralarında 252 üretici ve 317 çiftçinin doğrudan ürünlerini sattıkları 49 adet günlük açık hava gıda pazarı (toplam 1.572 gıda satıcısı için) bulunmaktadır. Çiftçiler Torino'nun 62 ilçesinin 102 belediyesinden, Cuneo'nun 24 ilçesinden, Asti'nin 11 ilçesinden ve Alessandria'daki 1 ilçeden gelmektedir. Torino şehrinde günlük 390 açık hava gıda pazarı bulunmaktadır.
- Mağazalar, süpermarketler, alışveriş merkezleri: 2.588 yiyecek-içecek işletmesi ve mini market ve diğer ürünlerin yanı sıra yiyecek satan 1.370 mağaza; 20 orta büyüklükte gıda süpermarketi, 233 karma dükkan, 5 karma büyük mağaza ve 11 alışveriş merkezi ile 4.088 kafeterya, restoran vb. işletme bulunmaktadır.
- Resmi kantinler: Torino'daki devlet okulu kantinleri yılda 8 milyondan fazla kişiye yemek sağlamaktadır; yedi üniversite kantini her gün 1.232 kişiye ve şehiriçi bölgede 10 milyondan fazla kişiye yemek sunmaktadır.
- Alternatif gıda ağları: 70 ortak satın alma grubu ve yaklaşık 400 kentsel sebze bahçesi bulunmaktadır. Metropol bölgesinde 2.128 çiftlik aktif olup, bunların 756'sı ürünlerini doğrudan tüketiciye satmaktadır.
- Toptan gıda pazarları: Torino, İtalya'da (Milano ve Roma'dan sonra) taze meyve ve sebzeler için üçüncü büyük toptan satış pazarına sahiptir ve şehirde tüketilen

sebzelerin 2/3'ünü dağıtmaktadır. Meyve ve sebzelerin %31'i Piedmont bölgesinde üretilmektedir.

- Atık yönetimi: 2013 yılında, Torino'da yaşayanların geri dönüştürülemeyen atık üretimi kişi başına 301 kg düzeyindedir. Bölgede kişi başı geri dönüştürülebilir organik atık miktarının 60 kg olduğu ifade edilmektedir.

“The Good Samaritan” projesi kar amacı gütmeyen kuruluşlara gıda bağışını teşvik etmek için yaratılan Good Samaritan Yasası'na dayanmaktadır. Bu yasa kar amacı gütmeyen ve tanınmış kuruluşların yeni bir gıda yardımı imkanı sunarak tedarik kaynaklarını artırmasına izin vermektedir. 2003 yılından itibaren 8 İtalyan şehri (Bologna, Como, Firenze, Milano, Pavia, Roma, Torino, Varese) bir proje başlatmıştır. Kentin Sosyal Politika departmanı tarafından oluşturulan listeye göre her gün yaklaşık 150 kg ekmek ve 50 kg meyve sosyal merkezlere dağıtılmaktadır. Tüm proje, atık yönetimi için belediye şirketi AMIAT tarafından yönetilmektedir. Bu yemek atığı teması, Torino'da 2013 yılında 3.000 kişiye hazırlanan ücretsiz ulusal yemek ve yiyeceklerle (çoğunlukla sebze) Akıllı Şehir Günleri'nin gündeminde yer almıştır. Bu tür sosyal projeler kenti, gastronomi turizmi açısından uluslararası alanda tanıtmakta ve olumlu imaj geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Böylece turistler tarafından kente özel bir ilgi oluşmaktadır. Ayrıca “Eating with religions” projesi kapsamında farklı etnik yapıya sahip olan şehrin, okul kantinlerinde sunulan menülere büyük önem verilmektedir. Bu nedenle, Torino'daki okullarda tıbbi, etik, dini veya kültürel açıdan kişiye özel menüler talep etmek mümkündür. 55 bin kullanıcı arasından 8 bini alternatif bir menü (domuz eti bulunmayan, genel olarak etsiz veya et ve balıksız) seçeneğinden yararlanmaktadır. Bu nedenle projenin amacı dini ve kültürel beslenme ihtiyaçlarını karşılamakta, en fazla zorluğa neden olan gıdaları ortadan kaldıran bir “din dostu menü” oluşturmaktır. Bu nedenle şehir, gıda çeşitliliğini akıllıca kullanarak, farklı toplulukları bütünleştiren yeni bir yemek kültürünün tanıtımına uzun zamandır devam etmekte ve gıdaların sosyal ve kültürel yönlerine de önem vermektedir (Messina ve Bossi, 2015: 1-6; Spigarolo, Sarti ve Nölting, 2010: 17-28). Bu faktör şehri eğitim turizmi ve gastronomi turizmi açısından çekici ve avantajlı bir hale getirmektedir.

Ancak Torino'nun şehir markalaşmasında, akıllı şehir izlenimi vermesi pek çok turist ve yatırımcı tarafından çekici bulunmamaktadır. Ayrıca şehrin İngilizce tanıtım materyalleri de yetersiz olarak değerlendirilmektedir. Diğer taraftan turistik broşürlerde

yer alan lüks ve zarif yemeklerin tanıtımlarında öncelikle yerli nüfusun daha geniş kitlelerinin hedeflendiği gözlenmektedir (Vanolo, 2015: 1-7).

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere, Torino'nun gastronomi etkinliklerine ev sahipliği yapmak için oluşturduğu politikalar, gastronomi etkinlikleri düzenlemeye yönelik planlar, sosyal gastronomi projeleri, gıda sürdürülebilirliği politikaları, gastronomiyi geliştirmek için yapılan işbirlikleri, anlaşmalar ve oluşturulan gıda sistemleri gibi proje, plan veya politikalar kentin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya çıkartarak sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel fayda elde edilmesini sağlamıştır. Diğer yandan tanıtım, pazarlama, imaj geliştirme ve yatırımları kente çekmeye yönelik politikalarda bazı eksiklik veya yanlışlıklar olduğu ve bunlarla mücadeleyle yönelik doğru ve daha etkin politikaların geliştirilmesi gerektiği de ileri sürülebilir.

2.3.4. Makedonya: Güney-Batı Planlama Bölgesi Örneği

Makedonya'dan seçilen Güney-Batı Planlama Bölgesi örneğinin özellikleri, Kayseri ilinin iklimi, doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri ve turizm yapısı ile benzerlikler göstermektedir. Güney-Batı Planlama Bölgesi'nde doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler ve turizm potansiyelinin kullanılarak kalkınmanın sağlanması amacıyla sürdürülebilirliğe odaklı AB standartlarına göre çeşitli proje, program, politika, plan veya stratejiler oluşturulmuş ve AB'den bazı fonlar sağlanarak avantajlar elde edilmiştir. Böylece bölgenin doğa turizmi potansiyeli ve bölgeye gelen turist sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bu nedenle bu örneğin bazı eksiklikleri ve olumsuz yönleri (tanıtım eksikliği vb.) olsa da doğa turizmi açısından Kayseri ili için bir örnek teşkil edebileceği ifade edilebilir.

Güney-Batı Planlama Bölgesi Makedonya Cumhuriyeti'nin sekiz istatistik bölgesinden biridir. Bölge içerisinde Ohri ve Kırçova şehirleri yer almaktadır. Bu bölge Vevcani, Debar, Debarca, Ohrid, Kicevo, Makedonski Brod, Plasnitsa, Struga ve Centar Zupa belediyelerinden oluşmaktadır. Bölgede karasal iklim hakim olup, yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlı geçmektedir. Güney-Batı Planlama Bölgesi'nin yer şekilleri dağlık ve vadilerden oluşmaktadır. Bölge doğal, yapay ve buzul gölleri bakımından zengindir ve Makedonya Cumhuriyeti'nin en ormanlık bölgesidir. 3.340 km²'lik bölgede, 286 yerleşim yerinde, %50.15'i erkek olmak üzere yaklaşık 222 bin

kişi yaşamaktadır. Ülkedeki toplam nüfusun %10.83'ü Güney-Batı Planlama Bölgesi topraklarında yaşamaktadır. Güney-Batı Planlama Bölgesi'ndeki toplam kayıtlı işletme sayısı ise 11.696'dır. Ancak bunlardan sadece 6.484'ü aktif olarak faaliyet göstermektedir. Bölgede kişi başına düşen GSYİH ise 1.807 €'dur. Bu çerçevede ulusal ölçekte turistlerin konaklayabilecekleri toplam oda sayısının %61.87'sinin bu bölgede bulunması nedeniyle, bölgedeki en önemli sektör turizmdir. Toplam ziyaretçi sayısının yıllık %46,6'sı Güney-Batı Planlama Bölgesindeki yerleşim yerlerinde konaklamaktadır. Böylece, ortalama olarak, yerli ve yabancı misafirler tarafından yılda yaklaşık 1 milyon 300 bin geceleme yapılmakta, bu da ülke genelinde toplam gecelik konaklamaların %65'ine karşılık gelmektedir. Güney-Batı Planlama Bölgesi, doğa, kış, sağlık, tarım ve kültür ve tarih turizmi gibi alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi açısından fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca tüm bölgenin organik gıda üretimi için büyük bir potansiyeli de bulunmaktadır (Centre for Development of the South-West Planning Region, 2020; Southwestern Region, 2020). Bölgede Ohri Gölü, Debar Gölü ve Globochichko Gölü ile birlikte Slatinsko, Vevchani, Jablanica, Podgorech, Gorno, Dolno, Crno ve Marusha Stogovo Gölü bulunmaktadır. Bölgede Treska Nehri, Crn Drim Nehri, Belichka ve Vevchanska Nehri, Radica Nehri ve Galichica Milli Parkı yer almaktadır. Diğer taraftan bölgede 350'den fazla kültürel ve tarihi varlık bulunmaktadır. Bunlar, anıt, kilise, cami, kale, kule, müze vb. unsurlardan oluşmaktadır. Ek olarak bölgenin yöresel yiyecek-içecekler ve giyecekleri ile yöreye mahsus gelenekleri, etkinlikleri vb. çekicilikleri de bulunmaktadır (Sekuloski ve Shabani, 2013: 4-49).

Makedonya Cumhuriyeti, 2001 yılında Avrupa Birliği tarafından geliştirilen ve düzenlenen İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (NUTS) standardını kabul etmiş ve 2007 yılında bölgesel alanlar (*region*) oluşturulmuştur. Bu standartların kabulü AB'nin yapısal fonlarının sağlanmasında etkili olmuştur (Sekuloski ve Shabani, 2013: 6). Güney-Batı Planlama Bölgesi Kalkınma Merkezi, bölgeyi geliştirmek için uzman kişiler, akademisyenler ve halkla yakın işbirliği içinde çeşitli programlar ve eylem planları hazırlamaktadır. Kalkınma Merkezi, belediyeler arası işbirliğini güçlendirmeye büyük önem vermekte ve bölgenin gelişme imkanlarını desteklemektedir. Bölgenin turizme dayalı kalkınmasını gerçekleştirmek amacıyla Avrupa Birliği standartlarına göre birçok proje oluşturulmuştur. AB'nin fon desteği sağladığı bu projeler kapsamında

yürürlüğe konulan en önemli uygulamalar şu şekilde ifade edilmektedir (Centre for Development of the South-West Planning Region, 2020):

- Turizm merkezlerinde altyapıyı geliştirerek turistlerin konaklama koşullarının iyileştirilmesi amacıyla modern altyapı tesisleri kurulmuş,
- Sürdürülebilir atık yönetim sistemi oluşturulmuş,
- Çevreyi korumak, turistler için olumlu bir izlenim oluşturmak, çekiciliği artırmak ve turistlerin daha uzun süre bölgede kalmalarını sağlamak amacıyla yeraltı konteynerleri yerleştirilerek katı atıkları toplama ve seçme sistemi modernize edilmiş,
- Bölgede kaldıkları süre boyunca turistlere yardımcı olabilecek bir Android CBS uygulaması geliştirilmiştir. Aynı zamanda uygulama hizmetlerinin iyileştirilmesine ve özellikle Güney-Batı Planlama Bölgesi'ndeki kültürel, doğal ve diğer çekicilikler hakkında bilgi sağlamaktadır. Bölgedeki yüzden fazla turistik destinasyon hakkında metin ve fotoğraflar hazırlanmakta ve yabancı turistlere sunulmaktadır. Ayrıca Bölge'deki yaya ve bisiklet yollarına ilişkin veriler ve rotalar belirlenmektedir. Modern WEB tekniklerini kullanılarak geliştirilen SW Macedonia Attractions uygulaması adeta bir turist rehberi olarak geliştirilmiştir,
- Enerji tasarrufu sağlayan binaların inşası ile maliyet tasarrufu sağlanmış,
- Kentsel planlar hazırlanmış,
- Girişimcilik teşvik edilmiş, danışmanlık hizmeti sağlanmış, özellikle kadın girişimciler desteklenmiş ve işsiz kadınların kendi işlerini kurması teşvik edilmiş,
- Yerel işletmelerin rekabet gücünü artırmak için bölgede inovasyon teşvik edilmiş ve artırılmış,
- Doğaya dayalı turizmin geliştirilmesi için kırsal belediyelerin turist profili ve kentsel belediyelerdeki kırsal alanlar (nüfus, nesneler ve turizm bölgeleri) ile bağlantılı mevcut istatistik ve rekreasyon, sektörde faaliyet gösteren insan kaynakları, ulaşım, turizmin dönüşümü, katma değer yaratılması, çalışma pozisyonları ve turistik yerlerin (doğal değerlere sahip mekanlar, korunan alanlar, çekici kültürel miras, festivaller ve etkinlikler, rekreasyonel mekanlar, yerel

gelenekler hakkında bilgi ve mevcut turist turları) birlikte değerlendirilmesi için planlar hazırlanmış,

- Kapsayıcı bölgesel kalkınma için bölgesel ağ (networkler) oluşturulmuş,
- Bölgedeki potansiyel yatırımcıların desteklenmesi ve yatırımların artmasını sağlamak amacıyla bir kılavuz hazırlanmış ve bilgilendirme toplantıları yapılmış,
- Yerli ve yabancı yatırımları artırmak amacıyla “Coğrafi Bilgi Sistemi” oluşturulmuş ve tanıtım planı yapılmış,
- Bölgenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmak amacıyla alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve yıl boyunca devam edecek turizm talebinin artırılması için Ohri gölü çevresinde yaya ve bisiklet yolları yapılmış,
- Altyapı (atık su arıtma, kanalizasyon vb.) çalışmaları yapılmış ve Ohri gölünün korunması için projeler düzenlenmiş,
- İnşaat atıklarının toplanması ve işlenmesi için çalışmalar yapılmış,
- Bölgenin bir turizm merkezi olarak tanıtılması amacıyla, halka açık alanların temizliğini iyileştirmek için belirli yerlere çöp kutusu yerleştirilmiş,
- Bölgedeki birçok kültürel ve doğal anıtı ve diğer cazibe merkezlerini birleştirecek yaya ve bisiklet yolları altyapısı oluşturulmuş,
- Altyapı ve ekonomi ile sosyal ve mekansal uyumun geliştirilmesi için değerli bir temel olarak Güney-Batı Planlama Bölgesi Belediyeleri’ndeki yerleşim yerleri ve köyler için kentsel planlar hazırlanmış,
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının koşulları oluşturulmuş ve kullanımı teşvik edilmiş,
- Bölgedeki ziyaretçi sayısını artırmak için sahip olunan kültürel ve doğal miras varlıkları haritalanmış,
- Hava kirliliğini önlemek için çalışmalar yapılmış ve
- Geleneksel değerler, yiyecek-içecek ve kültürel değerlerin korunması ve tanıtılması için çalışmalar (festivaller vb.) yapılmıştır.

Bölgede turizmin geliştirilmesi için bazı öncelikler belirlenmiş ve bu kapsamda çeşitli tedbirler uygulamaya konulmuştur. Bunlar ise şu şekilde sıralanmaktadır (Centre for Development of the South-West Planning Region, 2020):

a) Altyapının geliştirilmesi ve doğal ve kültürel cazibe merkezlerinin turizm açısından daha da iyileştirilmesi:

- Şehir planlama dokümanlarının hazırlanması,
- Dağcılık/yürüyüş parkurlarının yapımı ve diğer bölgelerle bağlantısının oluşturulması,
- Turizm cazibe merkezlerine altyapı sağlanması ve bunların donatılması,
- Turizm merkezleri hakkında bilgi, sinyalizasyon ve görüntü sağlanması,
- Etnografik miras ile ilgili konaklama, yiyecek-içecek hizmeti ve diğer ticari amaçlar için eski evlerin tadilat yapılarak canlandırılması ve kırsal alanlarda tesis inşaatı ve
- Bölgede dağcılık faaliyetlerinin altyapısının sağlanması ve canlandırılması.

b) Bölgedeki turizm gelirin daha dengeli dağılımı için turizm geliştirme kapasitesinin oluşturulması:

- Bölgedeki turizm organizasyonu için bir sistem oluşturulması,
- Turizm paydaşlarının yetkinliklerini artırmak amacıyla eğitim sisteminin yeniden düzenlenmesi,
- Kümelenme ve diğer birliktelik çalışmalarının iyileştirilmesi,
- Turistlerin kayıt altına alınmasına yönelik bir sistem oluşturulması,
- Kamu-özel ortaklığı oluşturmak amacıyla ortam oluşturulması ve
- Önemli turistik destinasyonları yönetmek için bir sistem geliştirilmesi.

c) Turizmin mevsimsel özelliğini azaltmak ve tüm yıl boyunca kapasiteyi dengeli kullanmak için bölgesel bir turizm talebi oluşturmak:

- Turist haritalarının güncellenmesi,
- Bölgenin turizm markasının oluşturulması,

- Doğa turizmi ile kültür turizmi için ortak turizm programları/ürünleri oluşturulması ve bölgeyi tanıtmak için turizm acentelerinin desteklenmesi,
- Bölgedeki kültürün bir parçası olarak gastronomi talebinin geliştirilmesi ve tanıtılması,
- Kırsal alanlarda kültür turizmi ürünlerinin geliştirilmesi,
- Bölgenin rekabet gücünün artırılması ve
- Sezon dışı turizm talebini artırmak için turistik destinasyonların tanıtımı.

Turizm odaklı kalkınmanın sağlanması için AB standartlarına göre oluşturulan bu projeler incelendiğinde, bölgede turizmin doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılarak geliştirilmesine odaklanıldığı görülmektedir. Bu durum bölgenin çekiciliğinin artırılması, imaj ve marka değerinin geliştirilmesi ve doğasever kişilerin bölgeye çekilmesi açısından oldukça önemlidir.

2005 yılında Güney-Batı Planlama Bölgesi'ni yaklaşık 236 bin turist ziyaret etmiş, 2018 yılında ise bu sayı 419 bine ulaşmıştır (Marinoski ve Korunovski, 2012: 21; Simovski, 2019: 102). 2008-2009 yılından sonra uygulamaya konulan AB destekli çeşitli projeler, altyapı çalışmaları, reklamlar, promosyonlar, sergiler, videolar, programlar vb. faktörler nedeniyle bölgeye gelen turist sayısı artmıştır. Ayrıca 2025 yılına kadar bölgenin turizm talebinin 1 milyon 122 bine ulaşması beklenmektedir (Kosturanova, 2016: 37-39; Petrevska ve Collins-Kreiner, 2016: 15-16). Bu durum bölgede turizm odaklı kalkınma planları, programları, stratejileri ve projelerinin uygulanmaya başlaması sonrasında 2018 yılında bölgeye olan turizm talebinin iki katına çıkarıldığını göstermektedir.

Makedonya Cumhuriyeti'nin istatistik bölgelerinin farklılaşması turizm faaliyetlerinin gösterdiği değişen koşullardan birini temsil etmektedir. Dengeli bir bölgesel kalkınma politikası uygulandığı için etkili olduğu da söylenebilir. Bu değişen şartlarda turizm sektörünün öncü bir rolü olmuştur. Bu çerçevede sürdürülebilirlik standartlarının belirlenmiş olması kalkınmanın temellerinden birini oluşturmaktadır (Marinoski ve Korunovski, 2012: 20).

Güney-Batı Planlama Bölgesi'nde birçok doğal ve kültürel kaynağın bulunması ve korunmuş doğasının turizm açısından çekiciliği artırması, bölgenin avantajlı yönlerinden birini teşkil etmektedir. Ancak bölgede modern konaklama tesislerinin

olmaması, paydaşlar arasındaki koordinasyon eksikliği ve tanıtım eksikliği gibi hususlar da bölgenin dezavantajlı yönleri arasında sayılmaktadır (Petrevska ve Manasieva Gerasimova, 2012; Petrevska, 2012; Petrevska ve Matlieska, 2012; Dimitrov ve Petrevska, 2012). Bu çerçevede Güney-Batı Planlama Bölgesi'nde turizm yatırımlarına yönelik politikaların yetersiz olduğu, tanıtım ve işbirliği ile ilgili politikalarda da bazı sorunların yaşandığı görülmektedir. Diğer yandan doğayı korumaya ve doğa turizmini teşvik etmeye, tanıtımı artırmaya ve altyapıyı geliştirmeye yönelik AB standartlarına göre hazırlanan ve fon desteği sağlanan politikalar veya projeler bölgeyi turizm açısından önemli ölçüde geliştirmiş ve bölgenin turizm faaliyetlerinden büyük kazanımlar elde etmesini sağlamıştır.

2.4. Kayseri İline Yönelik Uygulama ve Politika Önerileri

Turizm odaklı bölgesel kalkınmaya yönelik incelenen dünya örneklerinden Kayseri ili için önemli politika önerileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu politikaların Kayseri ilinde uygulamaya konulmasının bölgede turizmin geliştirilmesi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Öncelikle kış turizmi örneği olarak Amerika Birleşik Devletleri'nden seçilen Big Sky destinasyonunda turizmi geliştirmek amacıyla birçok etkili politika yürürlüğe konulmuştur. İlk olarak bölgede turizmi geliştirmek amacıyla yerel halkın onayı alınmış ve turizm ile ilgili konularda (proje, politika vb.) yerel halkın katılımı sağlanmıştır. Kayseri ilinde de turizm ile ilgili oluşturulacak politikalarda veya diğer hususlarda yerel halkın görüşünün alınması bölgede turizmin daha hızlı ve etkin bir şekilde geliştirilmesi açısından önemlidir. Big Sky destinasyonunda turizmi geliştirmek için paydaşlar arasında çeşitli işbirliği ve anlaşmalar yapılmış (resmi ve özel kurumlar arası, devlet ve yerel yönetimler arası vb.) ve resmi ve özel kurumlardan fon desteği sağlanmıştır. Kayseri ilinde turizmi geliştirmek için devletten ve yerel yönetimlerden destek alınsa da bu desteği artırmak ve çeşitlendirmek için resmi ve özel kurumlarla işbirliği ve anlaşmaların artırılması faydalı olacaktır.

Diğer bir faktör ise Big Sky örneğinde teknolojiye önem verilerek etkin bir şekilde kullanımı sağlanmış ve inovasyona odaklanılmak suretiyle bölgede sürekli olarak inovatif yatırımlar artırılmıştır. Kayseri'de de inovatif yatırımlar yapılmakta, ancak teknoloji ve inovasyona odaklanılarak büyük yatırımlar yapılması bölgenin imajının

geliştirilmesi, marka değeri ve çekiciliğinin artırılması açısından oldukça önemlidir. Ayrıca ulaşılabilirliğin ve tanıtımın artırılması ve altyapının geliştirilmesine yönelik önemli fonlar ayrılmış ve projeler uygulamaya konulmuştur. Bu çerçevede de Kayseri’de altyapı geliştirilerek daha iyi bir seviyeye getirilmiş, ulaşılabilirlik konusunda ise havayolu bağlantıları artırılmıştır. Ancak turizmin bölgede daha da fazla gelişmesi için altyapının sürekli geliştirilmesi, havalimanının kapasitesi ve uluslararası bağlantıların artırılarak yenilenmesi ve Kayseri’nin uluslararası alanda daha fazla tanıtılması gerekmektedir. Bu tanıtımlar için daha fazla kaynak ayrılarak, uluslararası seyahat acentaları ve tur operatörleri ile veya diğer devletlerle işbirliği geliştirilmeli ve yeni anlaşmalar yapılmalıdır. Ayrıca Big Sky örneğinde çeşitli uluslararası etkinlikler düzenlenmiş ve turistlerin her türlü ihtiyaçlarını karşılayacak turizm yatırımları gerçekleştirilmiştir. Özellikle bölgede uluslararası mutfak ürünlerini sunan işletmelerin açılması bölgeye önemli bir avantaj sağlamıştır. Kayseri ilinde düzenlenen uluslararası etkinlikler yetersiz kalmakta ve yabancı turizm yatırımlarına daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede uluslararası etkinliklerin artırılarak tüm yıla yayılacak şekilde düzenlenmesi ve turizm yatırımlarının hızlandırılması, özellikle konaklama kapasitesinin artırılması ve uluslararası mutfak ürünleri sunan işletmelerin açılması bölgenin çekiciliği açısından faydalı olacaktır.

Aynı zamanda Big Sky destinasyonu Yellowstone Milli Parkı ile entegre edilerek paket ürün olarak pazarlanmıştır. Kayseri ili de Kapadokya ile entegre edilerek pazarlanmaya çalışılmakta, ancak bu konuda etkili bir girişimde bulunulacak sonuç alınamamaktadır. Bu nedenle Kayseri’nin Kapadokya ile entegre edilerek paket ürün olarak pazarlanması, daha fazla turist çekilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu konuda da seyahat acentaları ve tur operatörleri ile işbirliği genişletilebilir. Big Sky destinasyonunda yapılan tüm faaliyetler bölgenin çekiciliğini artırmış ve mevsimsellik sorununu ortadan kaldırmıştır. Bu sayede bölgeye tüm yıl (hem yaz hem de kış mevsiminde) daha fazla turist gelmeye başlamış, turistlerin kalış süresi uzamış ve artan turist harcamaları ile turizm faaliyetlerinden daha fazla fayda sağlanmıştır. Kayseri’de de bu tür uygulamalar gerçekleştirilerek hem kış hem de yaz sezonunda gelen turist sayısı ve turist harcaması artırılabilir. Ayrıca Kayseri’nin alt turizm destinasyonlarının uluslararası alanda tanınmış kişi veya kişiler vasıtasıyla tanıtımı sağlanabilir. Bu durum Kayseri’nin dünya genelinde tanınmasına yardımcı olacaktır.

Kültür ve tarih turizmi örneği olarak Birleşik Krallık'tan seçilen Manchester örneği uyguladığı politikalar veya projeler ile Kayseri ili için önemli bir model teşkil edebilir. Manchester bölgesinde kullanılmayan endüstriyel alanlar yeniden canlandırılarak müze, galeri vb. yerlere dönüştürülerek bölgenin kültür ve tarih turizmi potansiyeli harekete geçirilmiştir. Örneğin dünyanın ilk tren istasyonu Liverpool Road, Bilim ve Sanayi Müzesi (MOSI)'ne uyarlanmıştır. Benzer şekilde eski merkez tren istasyonu da konferans ve sergi merkezine dönüştürülmüştür. Kayseri ilinde de bulunan tarihi tren istasyonu ve TCDD binaları müze, sergi, galeri vb. yerlere dönüştürülerek çekici bir özellik kazandırılabilir ve uluslararası alanda tanıtım ve pazarlaması yapılabilir. Daha da önemlisi Kayseri'de bulunan dünyanın ilk organize ticaret merkezi Kültepe (Kaniş-Karum) ve Romalılar'dan kalma tarihi Kayseri Kalesi, Erciyes Üniversitesine ait Talas'ta bulunan Amerikan Koleji ve Hastanesi gibi önemli tarihi ve kültürel varlıkların yeniden canlandırılması ve restorasyon süreci hızlandırılarak uluslararası alanda tanıtım ve pazarlanması sağlanabilir. Bu çerçevede Kayseri'de eski SÜMERBANK Bez Fabrikası'ndan kalan birçok bina ve lojman Abdullah Gül Üniversitesi tarafından eğitim amaçlı kullanılmaktadır. Bu durum ise tarihi ve kültürel varlıkların korunmasına yardımcı olmaktadır. Diğer yandan Kayseri'deki tarihi kümbetler, medreseler, camiler vb. çeşitli tarihi ve kültürel çekicilikler çarpık kentleşme nedeniyle apartmanlar veya büyük binalar arasında kaybolmaktadır. Ayrıca Kayseri Mahallesi, Kayseri Evleri vb. tarihi ve kültürel açıdan değerli çekicilikler son zamanlardaki girişimlerle yok olmaktan kurtarılmıştır. Eski Talas bölgesinin SİT alanı olarak ilan edilmesi bu bölgeyi çirkin veya hoş görünmeyen yapılardan kurtarmış ve belirli sokak, konak ve kilise gibi tarihi yapıların restore edilmesinden sonra bölge turizmi açısından popüler beldelerden biri haline gelmiştir. Kayseri'deki potansiyel bir tehlike ise insanların bu değerlere karşı duyarsızlaşması ile bu bölgelerde yapılaşmaya izin verilmesi durumunda tarihi ve kültürel yapıların yok edilebileceğidir. Nitekim bu alanları korumaya yönelik politikalara ağırlık verilmelidir. Bunun yanı sıra Ağırnas, Tavlusun, Endürlük, Germir gibi çok yakın bir çevrede bulunan tarihi ve kültürel değerler yok olmaya mahkum edilmiştir. Ancak buradaki tarihi değerler toplumun, devletin ve diğer turizm paydaşlarının duyarsızlığına rağmen, hala zamana meydan okumaktadır. Bu tür değerlerin kültür ve tarih turizmine kazandırılması büyük önem arz etmektedir. Kayseri Kalesi içerisinde bir arkeoloji müzesi restorasyon sonrası hizmete açılmıştır. Ancak turizm paydaşları tarafından Kayseri Kalesi'nin etkin ve beklenen bir şekilde

kullanılamaması adeta bir hayal kırıklığı yaratmıştır. Aynı zamanda Manchester örneğinde Bridgewater ve Rochdale kanalları temizlenmiş ve turizm merkezi haline getirilmiştir. Kayseri ilinde de yapılması planlanan ancak henüz gerçekleştirilemeyen Sahabiye ticaret ve finans merkezi projesi yapılarak kentin turizm potansiyeline katkıda bulunulabilir. Ayrıca Yamula Barajı'nın çevresine yatırımlar gerçekleştirilerek turizm açısından değerlendirilebilir.

Diğer yandan Manchester'da resmi ve özel kuruluşlarla yapılan işbirliği ile yaratıcı projeler oluşturulmuş ve hem hükümetten hem de özel kuruluşlardan destek sağlanmıştır. Örneğin Kuzey Batı Kalkınma Ajansı yenileme bütçesi olarak 6,2 milyon £ ayırmıştır. Paydaşlarla stratejik ilişkiler kurulması da Manchester'da turizmin gelişmesine büyük bir katkı sağlamıştır. Kayseri ilinde de turizmi geliştirmek amacıyla yaratıcı projeler hazırlanmalı, ilgili kurumlarla işbirliği yapılarak destek sağlanmalı ve paydaşlar arasındaki koordinasyon ve iletişim eksikliği ortadan kaldırılmalıdır. Manchester'da "Destinasyon Yönetim Planı" hazırlanarak turizmi geliştirmeye yönelik kısa, orta ve uzun vadeli planlar oluşturulmuştur. Bu planlar ile ulaşılabilirliği, tanıtımı, çekiciliği, kaliteyi, marka değerini ve sürdürülebilirliği artırmak, büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak ve imajı geliştirmek için çalışmalar yapılmıştır. Kayseri ilinde kış turizmini geliştirmek için Erciyes Dağı Kış Sporları ve Turizm Master Planı oluşturulmuş, ancak genel olarak diğer turizm türlerini de kapsayan etkili bir plan uygulamaya konulamamıştır. Bu nedenle Kayseri ilinde turizmi geliştirmek amacıyla destinasyon yönetim planı gibi etkili bir stratejik plan oluşturulmalıdır.

Aynı zamanda Manchester'da turizmi geliştirmek için etkinliklere odaklanılmıştır. Örneğin İngiliz Milletler Topluluğu Oyunları'na ev sahipliği yapmak için kenti uygun hale getirme projesi olan Commonwealth Games Legacy Programme düzenlenmiş ve bu sayede bölgeye yatırımlar yapılmıştır. Ayrıca şehir Avrupa Futbol Şampiyonası'na ev sahipliği yaparak destinasyonun marka değerini artırmıştır. Kayseri'de zaman zaman çeşitli uluslararası etkinlikler düzenlense de bunlar yetersiz kalmaktadır. Uluslararası etkinliklere daha fazla ev sahipliği yapmak için projelerin hazırlanması gerekmektedir. Manchester, bu projeler ile destinasyonları ziyaret eden turist sayısını önemli miktarda artırmış, özellikle bazı popüler destinasyonlara gelen turist sayısını dört veya beş katına çıkarmıştır. Kayseri ili Manchester destinasyonunun diğer projelerinin yanı sıra kültür

ve tarih turizmine yönelik potansiyeli olan alanları yenileyerek turizme kazandırdığı başarılı projeleri dikkate almalıdır.

İtalya'dan örnek olarak seçilen Torino kentinde bir gastronomi turizmi destinasyonu olmak amacıyla bazı politika ve projeler yürürlüğe konulmuştur. Bu politika ve projeler gastronomi turizmi destinasyonu olmak için çaba sarf eden Kayseri bölgesi için de örnek teşkil edebilir. Bu çerçevede Torino kentinin uluslararası etkinliklere, özellikle dünyada yankı uyandıran Slow Food Festivali gibi gastronomi organizasyonlarına ev sahipliği yaparak hem kentin tanınırlığını artırdığı hem de imajının gelişmesine yardımcı olduğu yukarıda ifade edilmiştir. Aynı şekilde Kayseri ilinde de bazı gastronomi etkinlikleri düzenlenmekte, ancak bu etkinlikler daha çok yerel düzeyde gerçekleşmektedir. Kayseri'nin gastronomik değerlerinin tanıtılması ve kent imajının geliştirilmesi için uluslararası nitelikteki etkinliklere önem verilmeli ve uluslararası alanda yankı uyandıran gastronomi etkinliklerine ev sahipliği yapılmalıdır. Bunlar da "Slow Food Örgütü" gibi organizasyonlar veya diğer ülkeler ile yapılan çeşitli anlaşmalarla sağlanabilir. Torino'da resmi ve özel kurumlar ile işbirliği yapılmış, hükümet desteği alınmış, stratejik planlar oluşturulmuş, altyapı ve ulaşılabilirliği artırmak ve şehri bir gastronomi turizmi destinasyonu haline getirmek için önemli yatırımlar yapılmıştır. Bu çerçevede gastronomi turizmi destinasyonu olmak isteyen Kayseri ilinde de stratejik planlar oluşturularak gastronomi turizmi altyapısını geliştirilmeli, resmi ve özel kurumlarla işbirliğine önem verilmeli, ulaşılabilirliği artırılmalı ve bu konuda yatırımlar yapılması teşvik edilmelidir. Örneğin yöresel yiyecek-içecek sunan işletmelerin açılması özellikle teşvik edilmelidir. Bu hususta Kayseri'de kaliteli ve sürekli ürün sunan işletmelerin yetersizliği dikkat çekmektedir.

Diğer taraftan Torino'nun gastronomik değerlerini korumak ve tanıtmak için çeşitli planlar hazırlanmış, gıda sürdürülebilirliği politikaları ve bir gıda sistemi oluşturulmuş, ayrıca gıda pazarlarında Torino'nun gastronomik değerleri farklı ülkelerde tanıtılmıştır. Bu uygulamaların Kayseri ilinde gerçekleştirilmesi, özellikle unutulmaya yüz tutan lezzetlerin yeniden ortaya çıkarılması ve tüm gastronomik değerlerin diğer ülkelerdeki fuarlara katılarak veya sosyal medya ile broşür, rehber vb. materyallerin kullanılarak uluslararası alanda tanıtılması, Kayseri'nin gastronomi turizmi destinasyonu olma sürecine olumlu bir katkı sağlayabilir. Bunlara ek olarak Torino'da yerel gıdaların pazarlanmasını teşvik etmek amacıyla bir stratejik plan oluşturulmuş, gıda ürünleri

sertifikalandırılarak ve tescillenerek tanıtılmış ve sosyal gastronomi projeleri (dini veya kültürel menüler) ile kentin imajı olumlu yönde gelişmiştir. Kayseri’de de stratejik planlar oluşturularak Torino örneğindeki gibi yerel gıdaların pazarlanması teşvik edilebilir. Kayseri’nin bazı yerel ürünleri tescilli olsa da tanıtım açısından ürünlerin tamamı tescillenmeli ve sertifikalandırılmalıdır. Ayrıca Kayseri’de gastronomi konusunda sosyal projeler düzenlenerek hem kentin uluslararası alanda tanınırlığı artırılabilir hem de kent ile ilgili olumlu bir algı oluşturularak kentin imajına olumlu katkı sağlanabilir.

Son olarak doğa turizmi örneği olarak Makedonya’dan seçilen Güney-Batı Planlama Bölgesi’nde doğa turizmini geliştirmek amacıyla farklı strateji, plan ve projeler oluşturmuştur. Öncelikle Güney-Batı Planlama Bölgesi Kalkınma Merkezi uzman kişiler, akademisyenler ve yerel halk ile işbirliği yaparak bölge için projeler ve planlar hazırlamıştır. Yerel halkın katılımının sağlanması, yerel yönetimlerle ve paydaşlarla işbirliği yapılması oluşturulan plan ve projelerin doğru ve etkili bir şekilde uygulanmasını sağlamış ve bölgede turizmin planlı gelişmesine yardımcı olmuştur. Diğer örneklerde (Big Sky, Manchester ve Torino) olduğu gibi, bu örnekte de turizmin geliştirilmesinde paydaşlar arasında işbirliğine önem verilmiştir. Bu durumda Kayseri bölgesinde de oluşturulacak politikalar ve planlar için turizm paydaşlarıyla işbirliği yapılmalıdır. Son zamanlarda Kayseri’de yapılan turizm çalıştaylarında akademisyen ve uzman kişilerin katılımı sağlanmakta, bu çerçevede incelenen tüm örneklerde görüldüğü gibi yerel halkın katılımı turizmin geliştirilmesinde büyük önem arz etmektedir. Ancak Kayseri’de yerel halkın katılımına gereken önem verilmemektedir. Kayseri’de turizmin geliştirilmesi sürecinde tüm aşamalarda yerel halkın ve esnafın katılımı sağlanmalıdır. Aksi takdirde yerel halk turizm sektörüne karşı olumsuz bir tutum sergileyebilecek veya oluşturulacak politikalarda bir yanlışlık veya eksiklik ortaya çıkabilecektir.

Aynı zamanda Güney-Batı Planlama Bölgesi’nde projeler Avrupa Birliği standartlarına göre oluşturulmuş ve bu projelerin uygulanmasında AB’den fon desteği sağlanmıştır. Kayseri ili için de devlet destekli veya AB destekli projeler hazırlanabilir. Örneğin AB destekli projeler sunan Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) doğa turizmine yönelik karşılıksız hibeler vermekte, ancak bu kurum Kayseri’de bulunmamaktadır. Bu kurumun bir şubesinin Kayseri’ye açılması sağlanabilir. Doğa turizmini geliştirmek isteyen Güney-Batı Planlama Bölgesi öncelikle doğal kaynakların

korunmasına büyük önem vererek sürdürülebilirlik politikaları oluşturmuş, bölgeye yönelik turizm talebini artırmak amacıyla altyapının geliştirilmesi, tanıtımın sağlanması ve çekiciliğin artırılmasına yönelik çalışmalar yapmıştır. Özellikle doğal çekicilikleri veya çevreyi korumak amacıyla atık yönetimi vb. sistemler artırılmış ve çevre, estetik/görüntü, su, hava vb. kirliliğine neden olan unsurlar azaltılmıştır. Tanıtım konusunda ise Güney-Batı Planlama Bölgesi'nde çekicilikleri tanıtmak için bir internet uygulaması oluşturulmuş ve el kitabı, rehber, broşür vb. diğer araçlar da etkili bir şekilde kullanılmıştır. Kayseri ilinde de gerekli sürdürülebilirlik politikaları belirlenmeli, özellikle atık toplama sistemi geliştirilmeli ve doğal kaynaklar korunmalıdır. Tanıtım açısından Kayseri ili için de etkili bir internet uygulaması oluşturulmalı ve çekicilikleri farklı açılardan sergilenmelidir. Diğer yandan Güney-Batı Planlama Bölgesi teknoloji ve girişimciliği teşvik etmiştir. Doğa turizmi kapsamında Kayseri ilinde de girişimcilik teşvik edilmelidir. Bunlara ek olarak Güney-Batı Planlama Bölgesi örneğinde yerel işletmelerin rekabet gücünün artırılması için bölgesel inovasyon teşvik edilmiş ve yatırımların artırılması için Coğrafi Bilgi Sistemi oluşturulmuştur. Kayseri'de de buna benzer politikalar belirlenmeli, inovasyon ve yatırımlar teşvik edilmeli ve yerel işletmeler desteklenmelidir.

Bu örneklerden hareketle genel bir sonuç olarak, Kayseri bölgesinin önemli bir turizm destinasyonu olması için (1) turizm paydaşları arasında işbirliğine önem verilmesi, (2) etkili bir stratejik plan oluşturulması, (3) girişimciliğin ve yatırımların teşvik edilmesi, (4) yeni teknolojilere yatırım yapılması, (5) sürdürülebilirliğe odaklanması, (6) ulaşılabilirliğin artırılması, (7) kalite, imaj, marka, tanıtım ve pazarlama faktörlerine yönelik uygulamaların geliştirilmesi ve (8) rekabet avantajı kazanmak için sürekli olarak inovatif yatırımların yapılmasına yönelik politikaların uygulamaya konulmasının önemli unsurlar olduğunun bu çerçevede altı çizilmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAYSERİ İLİNİN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle araştırmanın yapıldığı alanın, diğer bir ifade ile Kayseri ilinin genel özellikleri incelenmekte, sahip olunan turizm çekicilikleri hakkında çeşitli istatistikler çerçevesinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Ayrıca sahip olunan özelliklerin turizm sektörü açısından avantajları ve dezavantajları karşılaştırmaya tabi tutulmaktadır. Aynı zamanda Kayseri ilinin turizm potansiyeli sektörün geleceği açısından geniş bir perspektifle ele alınmaktadır.

3.1. Kayseri İlinin Turizm Açısından Karakteristik Özellikleri

3.1.1. Kayseri İlinin Sosyo-Kültürel Yapısı

İpek Yolu güzergahının Kayseri ilinden geçmesi ve şehirde dünyanın ilk organize ticaret merkezi olan Kültepe'nin (Kaniş-Karum) bulunması kentin tarihi ve stratejik önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca çok kültürlü bir sosyal yapıya sahip olan şehrin geçmişten günümüze kadar birçok medeniyete (Hititler, Romalılar, Selçuklu, Osmanlı, Türkiye Cumhuriyeti vb.) ev sahipliği yapmış olması kenti iktisadi, kültürel ve sanat eserleri gibi değerler açısından geliştirmiş ve kentin sahip olduğu çekicilikleri zenginleştirmiştir. Sahip olunan zengin yerel mutfak kültürü ve taş ve ahşap işlemeciliği gibi değerler buna örnek olarak verilebilir (Central Anatolia Development Agency, 2018: 5; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Evliya Çelebi 1649 yılında Kayseri ilini ziyaret etmiş ve Kayseri'nin tarihi mekanlarından (Kayseri Kalesi gibi), çarşı ve pazarı, esnafı, insanların hayırseverliğinden, önemli yöresel ürünlerinden (özellikle beyaz un, ekmek, börek, katmer, çörek, pastırma ve sucuk gibi), yetiştirilen tahıl, sebze ve meyvelerden, kentin havasından, halkın ticaret, eğitim ve öğretime olan merakından, Kayserili önemli şahsiyetlerden (Seyyid Burhaneddin Hz. vb.), kentin

gezilecek yerlerinden, Erciyes Dağı'ndan ve kentin diğer önemli özelliklerinden övgü ile söz etmiş ve bunları Seyahatname'sine kaydetmiştir. Yine Seyahatname'de yer alan *“Seher vakti kalkan bir kimse Kayseri'nin havasını koklayınca, cennet rüzgarı koklamış gibi olur”* sözü Evliya Çelebi'nin Kayseri'yi tanımlayan en önemli sözlerinden birisidir. Ayrıca Evliya Çelebi, Seyahatname'sine kaydettiği *“Melukat ve imalat-ı has beyaz ekmeği, lavaşa yufkası, katmerli böreği, matbah baharlı böreği, lahm-ı kadit namı ile şöhret bulan kimyonlu sığır pastırması ve miskli et sucuğu hiçbir yerde yoktur. İstanbul'a hediye olarak gider (Padişahlara hediye olarak gider)”* sözü ile Kayseri'nin sahip olduğu zengin mutfak kültürünün önemini vurgulamıştır (Cabuk, 2012: 820-845; Akkor, 2019).

Bu durumda Kayseri'nin çok kültürlü bir yapıya, köklü bir tarihi geçmişe sahip olması ve bu özellikleri geçmişten günümüze kadar geliştirerek tarihsel, kültürel ve sanatsal açıdan çeşitli değerler ortaya koyması, kente turizm açısından önemli bir nitelik ve yeni bir imaj kazandırmaktadır. Tüm boyutlarıyla incelendiğinde, önemli bir stratejik konuma sahip olan şehir, tarihten gelen kazanımları benimseyerek bunları günümüze yansıtmıştır. Özellikle Kayseri nüfusunun girişimciliği, ticarete olan ilgisi, ticari zekası, Kayserili birçok sanayici, iş insanı, politikacı ve yatırımcının olması, kentin önemli bir coğrafi ve stratejik konumda yer alması, toplumun konuksever olması, kentin zengin mutfak kültürü, halıcılık, kilimcilik, bakırcılık, el işleri ve taş ve ahşap işlemeciği gibi çok sayıda tarihi, kültürel ve sanatsal değerler bu kazanımlara örnek olarak verilebilir. Sahip olunan tüm bu avantajlar da Kayseri'nin imajını ve marka değerini olumlu yönde etkileyerek turizm açısından kenti önemli bir konuma taşımaktadır.

3.1.2. Kayseri İlinin Demografik Yapısı İle İlgili Çeşitli İstatistikler

Bu bölümde Kayseri ilinin demografik yapısının analizi açısından önemli istatistiklere yer verilmektedir.

Nüfus

Kayseri ilinin nüfusu 31 Aralık 2018 yılı verilerine göre yaklaşık 1 milyon 389 bindir. Nüfusun yaklaşık 696 bini erkekler ve yaklaşık 693 bini ise kadınlardan oluşmaktadır. Yüzölçümü 17.170 km² olan Kayseri ilinde kilometrekareye 81 insan düşmektedir. Kayseri nüfus yoğunluğu yaklaşık 81/km²'dir. Kayseri son genel nüfus sayımına göre

Türkiye'nin 15. büyük ilidir (TÜİK, 2018). 2018 verilerine göre ilin yıllık nüfus artış hızı (binde) 9,37 oranındadır (TÜİK, 2018). Bu oranlara göre Kayseri'de kadın ve erkek nüfus oranının homojen dağılım gösterdiği ifade edilebilir. Bu durumda turizm sektörü açısından kadınların da erkekler düzeyinde işgücüne katılım niteliği taşıdığı söylenebilir. Bu faktörler fırsat ve cinsiyet eşitliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Şehirde nüfus arttığı için iş ihtiyacının da artacağı görülmektedir. Bu çerçevede turizm sektörünün Kayseri'de gelişmesi ile birlikte önemli ölçüde istihdam fırsatları da ortaya çıkaracağı söylenebilir. Bununla birlikte Kayseri'nin bir sanayi ve ticaret şehri olduğu ve bu sektörlerde erkek işgücünün yoğun olarak istihdam edildiği düşünüldüğünde, turizm sektörünün Kayseri'de kadın işgücü için önemli ölçüde istihdam fırsatları yaratacağı ve diğer sektörler açısından alternatif teşkil edeceği ifade edilebilir.

Yaş

Kuşkusuz bir bölgede yaşayan nüfusun yaş itibarıyla dağılımı, ekonomik dinamizm, işsizlik, talep düzeyi, girişimcilik, verimlilik, yaratıcılık, vasıf düzeyi vb. birçok açıdan o bölgedeki iktisadi yapıyı belirleyen en önemli unsurların başında gelmektedir. Tablo 7, 2018 yılı Kayseri nüfusunun yaş itibarıyla dağılımını göstermektedir.

Tablo 7. 2018 Yılında Kayseri'de Nüfusun Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Kişi Sayısı
0-4	110.304
5-9	113.958
10-14	117.749
15-19	112.234
20-24	108.807
25-29	98.930
30-34	107.052
35-39	112.304
40-44	99.481
45-49	88.899
50-54	77.944
55-59	68.299
60-64	56.259
65 ve üstü	117.460

Kaynak: (TÜİK, 2018; endeksa, 2020)'den uyarlanmıştır.

Tablo 7'ye göre Kayseri ilinde yaş dağılımı incelendiğinde, Kayseri ili nüfusunun büyük oranı genç bireylerden oluşmaktadır. Bu durum Kayseri için oldukça önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Genç nüfusun yoğunlukta olması bölgede girişimciliğin teşvik edilmesi ile tarım, turizm, sanayi, üretim ve ticaret gibi faaliyet alanlarının canlanması için önemli bir itici güç olabilecektir.

Medeni Hal

Bir bölgede yaşayan nüfusun medeni açıdan durumu o bölgedeki talebin niteliğini belirleyen önemli bir unsur olmaktadır. Diğer taraftan boşanmalar ve ailelerin dağılması çok sayıda toplumsal sorunu da beraberinde getirmektedir. Tablo 3, 2018 yılında Kayseri ilindeki nüfusun medeni halini göstermektedir.

Tablo 8. 2018 Yılında Kayseri İli Nüfusunun Medeni Hali

Medeni Hal	Kişi Sayısı
Evli	685.378
Bekar	260.501
Boşanmış Kişi	34.303
Dul (eşi ölmüş)	56.675

Kaynak: (TÜİK, 2018; endeksa, 2020)'den uyarlanmıştır.

Tablo 8'de Kayseri ilinde nüfusun 2018 yılı itibariyle medeni durumu incelendiğinde, yaklaşık 685 bin kişinin evli, 260 bin kişinin ise bekar olduğu görülmektedir. Aynı zamanda yaklaşık 34 bin kişi boşanmış ve 56 bin kişinin ise eşi ölmüştür. Günümüzdeki dönemde turizm sektörünün Kayseri'de gelişeceği ve önemli sayılabilecek istihdam fırsatları ortaya çıkaracağı düşünüldüğünde, birçok evli bireyin sektörde istihdam edilmesinden dolayı olarak ailelerin de faydalanacağı ifade edilebilir.

Eğitim Seviyesi

Eğitim düzeyi kuşkusuz hizmetler sektöründe verimlilik açısından önem arz etmektedir. Her ne kadar vasıfsız kişilere sektör iş imkanı sunsa da, orta ve uzun vadede kalifiye eleman temini turizm sektörünün en önemli sorunlarının başında yer almaktadır. Tablo 9, 2018 yılı itibariyle eğitim düzeyi açısından Kayseri nüfusunun dağılımını göstermektedir.

Tablo 9. 2018 Yılında Kayseri İli Nüfusunun Eğitim Seviyesi

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı
Bilinmeyen	10.929
Okuryazar olmayan	31.364
Okuryazar ama eğitimsiz	136.834
İlkokul	357.320
Ortaokul	162.815
İlköğretim	180.407
Lise	262.211
Lisans	172.450
Yüksek Lisans	18.129
Doktora	2.770

Kaynak: (TÜİK, 2018; endeksa, 2020)'den uyarlanmıştır.

Tablo 9'da Kayseri ili nüfusunun eğitim düzeyi itibariyle dağılımı gösterilmektedir. Rakamlar yüzde olarak hesaplandığında ise ilkokul, ortaokul, ilköğretim ve lise seviyesindeki bireylerin toplam nüfus içerisindeki oranının yaklaşık %72' olduğu görülmektedir. Lisans ve üstü seviyesindeki bireylerin ise nüfusun %14.49'unu meydana getirdiği görülmektedir. Ayrıca toplam nüfusun yaklaşık %13'ünün okuryazar ama eğitimsiz bireyler ile okuryazar olmayan bireylerden oluştuğu ifade edilebilir. Okullaşma oranı ilkokullarda %91.95, ilköğretimde %96.37, ortaokullarda %94.26, liselerde ise %90.87'dir. Benzer şekilde 2018 yılı verilerine göre Kayseri'de okuma-yazma bilenlerin oranı ise %97.51'dir. Yukarıdaki ifadeler genel olarak değerlendirildiğinde, Kayseri'de nitelikli işgücü eksikliği olduğu ve eğitimin daha çok teşvik edilmesinin gerektiği ifade edilmelidir. Özellikle Kayseri bölgesinde eğitim seviyesinin nispeten düşük olması, yerel halkın turizm sektöründe ancak düşük vasıflı işlerde çalışabileceğini göstermektedir.

İstihdam

İstihdam kuşkusuz pek çok bölgede olduğu gibi Kayseri bölgesi için de önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bu çerçevede istihdamın artırılması bölge ekonomisi açısından oldukça önemlidir.

İl bazında verilerin en son yayınlandığı 2013 yılı verilerine göre Kayseri'de işgücüne katılma oranı %51.0, işsizlik oranı %9.9, istihdam oranı ise %46.0'dır. Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı'nın 2019 yılı Mayıs ayı verilerine göre sosyal güvenlik kapsamında aktif çalışan kişi sayısı yaklaşık 353 bindir (Kayseri Valiliği, 2020; TÜİK, 2020). Ancak

son dönemde yaşanan iktisadi sorunlar nedeniyle işsizlik oranının Türkiye ortalamasının altında olmayacağı ifade edilebilir.

Tablo 10, 2016 yılı itibarıyla Kayseri ilinde sigortalı çalışanların sektörlere göre istihdam oranlarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 10. 2016 Yılında Kayseri’de Sigortalı Çalışanların Sektörlere Göre İstihdam Oranı

Sektörler	İstihdam Oranı
Tarım	%0,7
Madencilik	%1,3
İmalat sanayi	%34,9
Enerji	%0,7
İnşaat	%12,2
Hizmetler	%50,2

Kaynak: (SGK, 2016)’dan uyarlanmıştır.

Tablo 10’da gösterilen 2016 yılı SGK verilerine göre Kayseri’de sigortalı çalışanların %0,7’si tarım, %1,3’ü madencilik, %34,9’u imalat sanayi, %0,7’si enerji, %12,2’si inşaat, %50,2’si hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Ayrıca ilde en çok sigortalı işçi istihdam eden sektör 21.460 kişi ile mobilya imalatı, ardından 19.185 kişi ile perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç) ve üçüncü sırada ise 17.771 kişi ile inşaat sektörüdür. Kayseri’de Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü’ne 2019 Ocak-Haziran döneminde 59.668 kişi işe girmek amacı ile ilk kez başvuruda bulunmuştur, kurumda toplam kayıtlı işsiz sayısı 73.188 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde 33’ü kamu, 12.676’sı özel sektör olmak üzere toplam 12.709 kişi işe yerleştirilmiştir (Kayseri Valiliği, 2020; TÜİK, 2020).

Turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesi ve alternatif bir sektör rolü üstlenmesi ile işgücüne katılma oranı ve istihdam oranının artacağı, işsizlik oranının ise azalacağı, diğer bir ifade ile işgücü istatistiklerinin pozitif yönlü olacağı söylenebilir. Ancak bu çerçevede nitelikli işgücü sayısını artırmaya yönelik politikaların (kurs, sertifika, meslek edinme vb.) oluşturulması gerektiği de ifade edilmelidir.

3.1.3. Kayseri İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı

TÜİK’in en son yayınladığı 2018 yılı cari fiyatlarına göre Kayseri ili 52 milyar 225 milyon ₺ Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYİH) ile 81 il içerisinde 13. sırada, 7.999 \$

(37.757 ₺) kişi başına düşen GSYİH ile de 81 il içerisinde 24. sırada yer almaktadır (TÜİK, 2018). TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre Kayseri'de toplam girişim sayısı 56.306'dır (TÜİK, 2017). Bu istatistiklerden Kayseri ili GSYİH'sinin 81 il içerisinde iyi sayılabilecek bir konumda yer aldığı ifade edilebilir. Ancak kişi başına düşen GSYİH oranı ülke sıralamasında daha iyi bir konuma gelebilir. Bu çerçevede girişim sayısı da dikkate alındığı ve turizm sektörünün sağladığı sosyo-ekonomik faydalar düşünüldüğünde, Kayseri'de turizm sektörünün gelişmesi kentin GSYİH'sini ve kişi başına düşen milli geliri artıracakı söylenebilir.

Sosyo-Ekonomik Statü (SES), meslek, eğitim, gelir seviyesi, gelirin kaynağı, yaşanılan evin tipi, yaşanılan çevrenin yapısı (yaşanılan semt), sahip olunun mal, mülk (ev, yazlık, otomobil, elektronik eşya) vb. değişkenler dikkate alınarak hesaplanan ve bu hesaplama göre insanları ekonomik ve sosyal açıdan sınıflandıran veya gruplandıran bir sistemdir (Baker, 2014: 2210-2214). Sosyo-Ekonomik Statü, insanları A+, A, B, C1, C2, D ve E olarak sınıflandırmaktadır. Ayrıca bazı araştırma araştırma merkezleri ise A+, A, B, C ve D grupları ile SES analizi yapmaktadır. En üst grup olan A+ ve A grubu soylu (asil) kişiler, sanayiciler ve ünlü meslek sahiplerinden oluşmakta, üstün altı olan B grubu yeni zengin olan kişiler, gazeteci-yazar, özel sektör yöneticileri, kamu üst düzey yöneticileri ve orta-büyük işletmecilerden oluşmakta, ortanın üstü olan C1 grubu profesyonel meslek sahipleri ve yöneticilerden oluşmakta, ortanın altı olan C2 grubu beyaz yakalı çalışanlardan oluşmakta, altın üstü olan D grubu mavi yakalı çalışanlardan oluşmakta ve en alt grup olan E grubu niteliksiz işçilerden oluşmaktadır (American Psychological Association, 2020; Nielsen Admosphere, 2018: 1-14). Tablo 11, Kayseri ili nüfusunun sosyo-ekonomik statüsü itibariyle A+, A, B, C ve D grupları açısından sınıflandırmasını ele almaktadır.

Tablo 11. Kayseri İli Nüfusunun Sosyo-Ekonomik Statüsü

Gruplar	Kişi Sayısı
A+	34.405
A	198.879
B	410.517
C	442.393
D	303.486

Kaynak: (endeksa, 2020)'den uyarlanmıştır.

Kayseri ili, Sosyo-Ekonomik Statü (SES) açısından A+, A, B, C ve D grupları arasında incelendiğinde, 34.405 kişi A+ grubunda, 198.879 kişi A grubunda, 410.517 kişi B grubunda, 442.393 kişi C grubunda ve 303.486 kişi de D grubunda yer almaktadır. Yüzde olarak hesaplandığında ise A+ grubu %2.48, A grubu %14.31, B grubu %29.54, C grubu %31.83 ve D grubu da %21.84 oranındadır. A+, A ve B grupları toplamda %46.33 oranında, C ve D grupları ise toplamda %53.67 oranındadır (endeksa, 2020).

Kayseri’de girişimcilik seviyesinin yüksek olması turizm sektörünün bölgede gelişmesi açısından önemli bir avantajdır. Bölgede yerel halkın turizm sektörüne yönelik yatırım yapması hem bölgenin turizm destinasyonu olmasına hem de kentin sosyo-ekonomik yapısına (istihdam, gelir vb.) katkıda bulunabilir. Bu durumda özellikle girişimcilerin teşvik edilmesi, diğer yandan turizm sektörüne yönelik nitelikli işgücünün de artırılmasına yönelik politikalar oluşturulması büyük önem arz etmektedir.

Tarım Sektörü: Tarım sektörü, Kayseri ili ekonomisinde sanayi, ticaret ve ulaştırma sektörlerinden sonra gelmektedir. 677.970 hektar arazi tarımsal amaçlı kullanılmaktadır. Bu miktar il topraklarının %40’ına karşılık gelmektedir. Çayır ve mera alanı 691.028 hektar, orman ve fundalık alan 163.673 hektar, tarım dışı alan ise 164.842 hektardır. Çayır ve mera alanı %41, orman ve fundalık alan %9, tarım dışı alan ise %10 oranında il topraklarına karşılık gelmektedir. Tarım arazisinin %48’i tahıl ekimine ayrılmakta, %42’si ise nadasa bırakılmaktadır. Kalanı baklagillere, endüstriyel bitkilere, yağlı tohumlara, yumru bitkilere, sebzelere ve meyveciliğe ayrılmaktadır. Ayrıca Kayseri’de önemli ölçüde meyve ve sebze üretimi yapılmaktadır (Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020; Eliçalışkan, 2020; Central Anatolia Development Agency, 2018: 15-27).

TÜİK’in son yayınladığı 2018 yılı verilerine göre Kayseri’de toplam işlenen tarım alanı 556.681 hektardır. Tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin üretim miktarı 3.174.740 ton, örtü altı sebze ve meyve üretim miktarı ise 1.097 ton olarak kaydedilmiştir. Bitkisel üretim değeri 2 milyar 096 milyon 009 bin ₺, kişi başına tarımsal üretim değeri, 4.109 ₺, toplam tarımsal üretim değeri ise 5 milyar 709 milyon 796 bin ₺’dir (TÜİK, 2020). Turizm sektörü açısından bu istatistikler incelendiğinde, turizm faaliyetlerinin, tedarik ağlarından birini teşkil eden tarım sektörünü destekleyeceği, bölgede tarımsal üretimi de teşvik edeceği ve böylece tarımsal üretimin de artacağı söylenebilir.

Kayseri’de küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık Türkiye ortalamasına yakın olup, küçükbaş potansiyeli büyükbaş potansiyeline göre daha fazla gelişmiş durumdadır. Kanatlı hayvan varlığı ise Türkiye ortalamasının iki katı seviyesindedir. Kayseri’de üretilen hayvansal ürünler içerisinde parasal değer olarak ilk sırayı et, ikinci sırayı süt, üçüncü sırayı da yumurta almaktadır. Beyaz et dördüncü ana üründür. Kayseri’de arıcılık ve tatlı su balıkçılığı da sürekli gelişmektedir. TÜİK’in son yayınladığı 2018 yılı verilerine göre Kayseri’de büyükbaş hayvan sayısının 349.696, küçükbaş hayvan sayısının ise 647.093 olduğu görülmektedir. Canlı hayvanların cari fiyatlarla değeri 3 milyar 048 milyon 700 bin ₺, hayvansal ürünlerin değeri ise 565 milyon 088 bin ₺ olarak kaydedilmiştir (TÜİK, 2020; Kayseri Valiliği, 2020). Bölgede tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin gelişmesi ve bazı ürünlerin işlenmesi turizm sektörünün desteklenerek sosyo-ekonomik olarak bölgesel bir avantaj kazanılması açısından oldukça önemlidir. Kayseri’de açılan bir yiyecek-içecek işletmesinin gıda ihtiyacını bölgeden tedarik etmesi örnek verilebilir.

Sanayi Sektörü: Kayseri, Türkiye’nin merkezinde yer alan, 6 bin yıllık tarihi geçmişe sahip yerleşim yerlerinden biridir. Kayseri ili İpek Yolu üzerinde olması ve uygun coğrafi konumunun da etkisiyle her dönemde stratejik önemini korumuştur. Birçok uygarlığın merkezi olmanın yanı sıra, önemli bir sanayi ve ticaret merkezi olma özelliğini her geçen gün daha da geliştirmektedir. Kayseri’nin ticaret geleneği dünyanın ilk organize ticaret merkezi niteliğine sahip olan Kültepe’de başlamış ve bunu tarih boyunca devam ettirmiştir. Günümüzde beş milyar doları aşan üretimi, üç milyar dolarlık dış ticaret hacmi, 1.400 civarında üretim merkezi ile Türkiye’nin önemli bir ticaret ve sanayi şehridir. Marka bir şehir olan Kayseri, yenilikçi, girişimci, çalışkan ve hayırsever insanları ile öne çıkmakta ve mevcut imajını olumlu yönde geliştirmek suretiyle daha da ilerlediği görülmektedir. Kayseri’de, 3 Organize Sanayi Bölgesi, 16 Küçük Sanayi Sitesi, 1 Serbest Bölge ve 1 Teknoloji Geliştirme Bölgesi bulunmaktadır. Kayseri’de toplam 46 milyon 552 bin m² planlı endüstri alanı bulunmaktadır. Kayseri Serbest Bölgesi 6 milyon 905 bin m² alan üzerine kurulmuştur. Bölgede bulunan 110 firmada toplam 4.596 kişi istihdam edilmektedir. 2018 yılı ticaret hacmi yaklaşık 949 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir (Central Anatolia Development Agency, 2018: 15-27; Kayseri Valiliği, 2020, TÜİK, 2020).

Kentin merkezinde bulunan Erciyes Teknopark'ta 225 firma bulunmakta ve 1.032 kişi istihdam edilmektedir. Teknoparkta yer alan firmaların sektörel dağılımı incelendiğinde, %26 yazılım, %26 bilgisayar ve iletişim teknolojileri, %12 elektronik, %7 enerji ve %5 makine/teçhizat imalatı öne çıkan alt sektörler olarak dikkat çekmektedir. İl sanayi üretimini oluşturan başlıca üretim sektörleri; mobilya üretimi, metal ürünleri üretimi, gıda ürünleri üretimi, makine ve ekipmanları üretimi ile kauçuk ve plastik üretimidir. Kayseri'de Organize Sanayi Bölgeleri'nde ise yaklaşık 76 bin kişi istihdam edilmektedir. Kayseri'nin 2019 yılı ilk 6 aylık ihracat rakamı 1 milyar 071 milyon dolardır. 2018 yılında ise toplam ihracat yaklaşık 2 milyar 087 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Central Anatolia Development Agency, 2018: 15-27; Kayseri Valiliği, 2020, TÜİK, 2020).

Ayrıca İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) 2018 yılı verilerine göre, 18 adet Kayseri merkezli firma Türkiye'deki ilk 500 sanayi firmaları arasında yer almaktadır. Sanayi sicil kayıtlarına göre, 4.194 işletmede toplam 88.978 çalışan bulunmaktadır. Sanayi Sitelerinde otomotiv, mobilya, tekstil, cam, makine, elektrikli ev aletleri ve daha birçok sektörde faaliyet gösteren 8.129 işletme bulunmaktadır. Sanayi Sitelerinde toplamda 39.609 kişi istihdam edilmektedir (Kayseri Valiliği, 2020). Kayseri'nin endüstriyel yapısı ile bölgede turizm sektörünün gelişmesi düşünüldüğünde, turizm sektörünün Kayseri'nin endüstriyel ürünlerini tanıtacağı ve uluslararası iş bağlantılarına da katkıda bulunacağı ifade edilebilir. Ayrıca Kayseri'de endüstriyel üretimin gelişmesi turizm sektörü ile ticari faaliyetin başlamasını teşvik etmektedir. Kayseri'de açılan yeni bir konaklama işletmesinin endüstriyel ürün ihtiyacını bölgeden tedarik etmesi bu çerçevede değerlendirilebilir.

Hizmetler Sektörü: 2016 yılı SGK verilerine göre Kayseri'de sigortalı çalışanların %12,2'si inşaat, %50,2'si ise diğer hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Hizmetler sektöründe çalışanların oranı %62'dir (Kayseri Valiliği, 2020; SGK, 2016).

Kayseri ili, D-260 karayolu ile D-300 karayolunun kesiştiği yerde bulunmaktadır. Bu merkezi konumuyla ilin, transit geçişler için de kavşak noktası teşkil ettiği görülmektedir. Kayseri ilinde 464 km devlet yolu ve 660 km il yolu olmak üzere toplamda 1.125 km yol hattı bulunmaktadır. Yol hattının 551 km'si ise bölünmüş yol olarak yer almaktadır. Kayseri, bölünmüş yolların toplam yollara oranı ile (%31,8) Türkiye'de 11. sırada yer almaktadır. Demiryolu hattı incelendiğinde, Kayseri il

merkezi Türkiye demiryolları ulaşım ağında yer almaktadır. İl, doğu-batı yönünde Kapıkule'den başlayıp, Ermenistan sınırına kadar ulaşan güzergah üzerindedir. Toplam demiryolu uzunluğu 216 km ile Türkiye'de 16. sırada yer almaktadır. Havayolu taşımacılığı incelendiğinde ise Kayseri'de bulunan Erkilet Havalimanı il merkezine 5 km uzaklıkta bulunmaktadır. 2019 Haziran ayı sonu verilerine göre havalimanından 6.191 iç hat seferi yapılmış ve yaklaşık 961 bin yolcu taşınmıştır. Dış hatta ise 963 sefer düzenlenmiş ve yaklaşık 135 bin yolcu taşınmıştır. İç ve dış hat seferleri ile taşınan toplam yolcu sayısı ise yaklaşık 1 milyon 095 bin olarak kaydedilmiştir (Central Anatolia Development Agency, 2018: 44-45; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020). Kayseri ilinin ulaştırma altyapısının gelişmiş olması, ulaştırma sektörünün aktif bir şekilde çalışmasını ve böylece turizm sektörünün desteklenmesi ve gelişmesini sağlamaktadır.

Kayseri'deki tarım, sanayi, hizmetler ve diğer sektörler bölgede turizm sektörünü destekleyecek niteliktedir. Bu durum ise bölgede turizm sektörünün gelişmesine yardımcı olurken, turizm sektörünün de tarım, sanayi, hizmetler ve diğer sektörleri hareketlendirmesine fırsat sunmaktadır. Diğer yandan Kayseri'nin ulaştırma alt ve üstyapısının (havalimanı, toplu taşıma, yol vb.) turizm faaliyetlerine uygun olarak yenilikçi ve teknolojiye uygun bir şekilde donatılması ve daha fazla geliştirilmesi gerekmektedir.

3.2. Kayseri İlinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi

3.2.1. Kayseri İlinde Turizm Sektörünün Yapısı

Kayseri doğal, tarihi, sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik vb. açılardan birçok çekicilikleri bulunan, alt ve üstyapı ile ulaşılabilirlik açısından ise nevi şahsına münhasır ve aynı zamanda modern imkanlara sahip bir destinasyon imajı geliştirmeye çalışan bir kenttir. Diğer taraftan yerel, ulusal ve uluslararası birçok etkinliğin veya aktivitenin yapıldığı, halkı misafirperver ve yabancılara karşı olumlu tutuma sahip, turistlerin ihtiyaçlarını (konaklama, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, boş zaman değerlendirme, gezi veya tur, alışveriş, ulaşım, iletişim, sağlık, güvenlik vb.) karşılayabilecek turizm işletmelerinin ve diğer işletmelerin bulunduğu önemli ölçüde gelişmiş bir şehirdir. Bu çerçevede Kayseri, turizm açısından büyük önem taşıyan ve bu mevcut çekicilikleri ile turizmin daha da gelişebileceği bir potansiyeli barındıran bir bölge özelliğine sahiptir.

Tablo 12, 2020 yılı başı itibariyle Kayseri’de bulunan konaklama işletmelerinin sahip oldukları belgeler ile bazı sayısal verilerini göstermektedir.

Tablo 12. 2020 Yılı Kayseri’de Bulunan Konaklama İşletmeleri

İşletmeler	İşletme Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Turizm İşletme Belgeli	21	1.747	3.523
Turizm Yatırım Belgeli	4	351	737
Erciyes’teki Kamu Tesisleri	4	119	340
Belediye Belgeli	37	1.107	2.164
TOPLAM	66	3.324	6.737

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Tablo 12’den de anlaşılacağı üzere, Kayseri’de turizm işletme belgeli 21 adet, turizm yatırım belgeli 4 adet, devlete ait 4 adet ve belediye belgeli 37 adet otel/konaklama işletmesi bulunmaktadır. Kayseri ilinde faaliyet gösteren toplam 66 adet otel/konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerin sahip olduğu oda sayısı toplam 3.324, yatak kapasitesi ise 6.737’dir. Bunlara ek olarak Kayseri ili merkezinde ve ilçelerinde pansiyon tarzı çok sayıda konaklama işletmesi de bulunmaktadır.

Kayseri’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgesi almış 845 kişilik kapasiteye sahip 6 adet yiyecek ve içecek işletmesi (restaurant, lokanta vb.) bulunmakta, ancak Bakanlıktan işletme belgesi alamamış çok sayıda yiyecek ve içecek işletmesi de faaliyet göstermektedir. Diğer taraftan Kayseri’de 88 adet A grubu seyahat acentası faaliyet göstermekte ve Kayseri’nin tarihi ve turistik yerlerine yönelik sürekli olarak gezi ve turlar düzenlemektedir. Benzer şekilde birçok tur operatörü, araç kiralama işletmesi (*rent a car*) ve turizm işletmesi de bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Kayseri ili özellikle merkezi, altyapı hizmetleri açısından oldukça gelişmiştir ve altyapı sistemini tamamlayarak kaliteli bir hizmet vermeye çalışmaktadır. Su, kanalizasyon, enerji, elektrik, geri dönüşüm, çöp toplama ve işleme tesisi vb. birçok altyapı unsurunu tamamlayarak yeterli düzeyde hizmet vermek turizm açısından oldukça önemlidir. Turizm sektörünün gelişebilmesi altyapı faktörlerine bağlıdır. Turistler altyapısı ve üstyapısı gelişmiş destinasyonları tercih etme eğiliminde olmaktadır. Kayseri ili de gelişmiş altyapısı ve kaliteli hizmeti ile turistlerin odak noktası olabilecektir.

Kayseri ili ulaştırma açısından incelendiğinde (Bkz. Bölüm 3.1.3.) karayolu, demiryolu ve havayolu ulaşımında gelişmişlik açısından büyük ilerlemeler kaydetmiştir. şehir içi ulaşımında özel ve belediye halk otobüslerinin yanı sıra hafif raylı tramvay hattı, KAYSERAY hizmet vermektedir (Central Anatolia Development Agency, 2018: 44-45; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Kayseri Havalimanı, 2020). Kayseri'deki ulaştırma hizmetinin gelişmiş yapısı sadece yerel halkın değil, aynı zamanda turistlerin de ulaşım ihtiyaçlarını önemli düzeyde karşılamaktadır. Ancak turizm sektörünün gelişebilmesi için ulaşım altyapısına daha fazla yatırım yapılması (zellikle havalimanı) büyük önem arz etmektedir.

Kayseri il merkezinde ve tüm ilçelerinde bulunan güvenlik hizmetleri (polis, jandarma, bekçi vb.) ve destek (AKUT, AFAD vb.) unsurları olumsuz durumlarda (suç vb.) ve zorlu koşullarda yardım veya destek sağlamakta ve insanların can ve mal güvenliğini korumaktadır (Kayseri Emniyet Müdürlüğü, 2020; Jandarma Genel Komutanlığı, 2020; AKUT, 2020; AFAD, 2020). Geniş çaplı güvenlik unsurları ile sağlanan güvenlik hizmeti Kayseri'nin güvenli bir şehir olmasını sağlayarak imajını olumlu yönde geliştirmesine fırsat tanımaktadır. Böylece turistler güvenli bir destinasyon olarak Kayseri ilini tercih edebilmekte ve Kayseri'ye gelen turistler kendilerini güvende hissedebilmektedir.

Kayseri ili sağlık hizmetleri açısından incelendiğinde, son yayınlanan 2020 yılı verilerine göre, Kayseri'de toplam 47 özel ve resmi sağlık kuruluşu hizmet vermektedir. Ayrıca modern hastanelerin (Kayseri şehir Hastanesi vb.) de açılışı ile daha kaliteli sağlık hizmeti sunumu sağlanmaktadır (Devlet ve zel Sağlık Kurumları Rehberi, 2020). Kayseri'ye gelen turistlerin de gerektiğinde bu kurumlardan sağlık hizmeti alması turizm faaliyetleri açısından oldukça önemlidir. Diğer taraftan yurtdişında yaşayan Kayserili vatandaşların diş, göz, estetik cerrahi vb. sağlık hizmetleri için Kayseri'de bulunan klinikleri tercih ettikleri genel olarak bilinmektedir.

Kayseri ili modern bir şekilde gelişmiş iletişim ve haberleşme ağı (iletişim ve haberleşme kurumları, teknolojileri, araçları, bağlantıları, internet, GSM, medya vb.) ile iletişim ve haberleşme konusunda kentte yaşayanların gereksinimlerini önemli düzeyde karşılayabilmektedir. Ayrıca Kayseri Büyükşehir Belediyesi de birçok noktada cretsiz WİFİ ve Fiber altyapı sistemi ile iletişim ve haberleşme hizmeti sağlamaktadır (Bilgi

Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2019; Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2018; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020). Kayseri'nin iletişim ve haberleşme altyapısının önemli düzeyde gelişmiş olması turistlerin ihtiyaç duyduğu iletişim ve haberleşme hizmetinin sağlanması açısından büyük önem arz etmektedir.

Benzer şekilde Kayseri ili bankacılık alanında ise il merkezi ve 16 ilçesinde 28 bankaya bağlı toplam 176 farklı şube ile hizmet vermektedir. Bu geniş bankacılık ağı ile il genelinde insanların ihtiyaçları karşılanmaktadır (Türkiye Banka Şubeleri Rehberi, 2020). Kayseri ilini ziyaret eden turistler finansal konularda gerekli ihtiyaçlarını gelişmiş bankacılık hizmeti ile sorunsuz karşılayabilmektedir.

Kayseri halkı, ev sahibi olarak konukların memnuniyeti için büyük çaba gösteren, misafirperver, cömert, hoşgörülü, anlayışlı, yabancılara iyi niyetle yaklaşan, konuklara samimi ve içten davranan bir özelliğe sahiptir. Bu durum turizm faaliyetlerinin gelişebilmesi için oldukça önemlidir. Kayseri ise sahip olduğu bu değerler ile turizm açısından avantajlı bir konumda yer almaktadır (Demirezen, 2018: 97). Demirezen (2018) Kayseri ili üzerine yaptığı araştırmada, halkın turizm sektörüne olumlu yönde yaklaştığı ve turizm faaliyetleri açısından halkın konuksever özelliklerinin ilin güçlü bir yönü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda Şanlıoğlu ve Erdem (2017) Kayseri'de yaptıkları çalışmada, halkın turizm faaliyetlerinin gelişmesine yönelik olumlu yönde tutum sergilediği ve turizm sektörünün gelişmesini desteklediklerini tespit etmişlerdir.

Özetle, Kayseri ili turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek turizm işletmeleri (konaklama, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, etkinlik veya aktivite, boş zaman değerlendirme, gezi veya tur, alışveriş vb. hizmet sunan) altyapı, üstyapı, ulaşılabilirlik, iletişim, haberleşme, bankacılık, sağlık, güvenlik vb. birçok açıdan modernleşmiş ve belirli standartlara ulaşmış, olumlu destinasyon imajına sahip, halkı konuksever ve hoşgörülü olan, doğal, sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik vb. birçok çekiciliklerin var olduğu ve turizm faaliyetleri için çekici bir destinasyon özelliğine sahiptir. Kayseri ili bu özellikleri ile turistlerde olumlu bir izlenim oluşturmakta ve onların memnuniyet düzeylerini artırmaktadır. Ancak Kayseri ilinde turizm faaliyetlerinin daha da geliştirilmesi için sunulan tüm hizmetler ile alt ve üstyapı vb. faaliyetlerin de geliştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 13, Kayseri’ye gelerek turizm faaliyetlerine katılan yerli ve yabancı turist sayısını göstermektedir.

Tablo 13. 2019 Yılı (Ocak ve Eylül Ayları Arası) Kayseri İlinde Turizm Faaliyetlerine Katılan Turist Sayısı

YIL	YERLİ TURİST	YABANCI TURİST	TOPLAM
2019 (Ocak ve Eylül Ayları Arası)	316.996	114.192	431.188

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Tablo 13 incelendiğinde Kayseri iline yaklaşık 317 bin yerli turist, 114 bin yabancı turistin geldiği görülmektedir. Yerli ve yabancı turist sayısı toplandığında ise yaklaşık 431 bin turistin Kayseri iline geldiği ve turizm faaliyetlerine katıldığı görülmektedir. Tablo 13’deki istatistikler değerlendirildiğinde Kayseri’ye giriş yapan turistlerin önemli bir bölümünün Kapadokya bölgesine seyahat ettiği görülmektedir. Ayrıca Kayseri’ye giriş yapan turistlere yönelik etkili bir tutundurma faaliyetinin yürütülmesinin gerektiği de ifade edilebilir.

Tablo 14, 2018 yılı itibariyle Kayseri ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin ziyaret türlerine göre sayısını göstermektedir.

Tablo 14. 2018 Yılında Kayseri İline Gelen Yerli ve Yabancı Turistlerin Ziyaret Türlerine Göre Sayısı

2018 YILI			
ZİYARETÇİLERİN FAALİYETLERİ	YERLİ TURİST	YABANCI TURİST	TOPLAM
Turizm İşletme Belgeli Konaklama İşletmelerine Giriş Yapan Ziyaretçiler	190.047	19.425	209.472
Turizm İşletme Belgeli Konaklama İşletmelerinde Konaklayan Ziyaretçiler	299.794	43.252	343.046
Havalimanına Giriş Yapan Ziyaretçiler	91.688	86.716	178.404
Enformasyon Bürosuna Başvuran Ziyaretçiler	2.101	733	2.834
Arkeoloji Müzesine Giriş Yapan Ziyaretçiler	10.775	178	10.953
Belediye Belgeli Konaklama İşletmelerine Giriş Yapan Ziyaretçiler	102.453	2.696	105.149
Belediye Belgeli Konaklama İşletmelerinde Konaklayan Ziyaretçiler	139.962	6.682	146.644
Kültepe Ören Yerine Yapılan Ziyaretler	6.523	170	6.693
Soğanlı Ören Yerine Yapılan Ziyaretler	8.020	6.440	14.460
Atatürk Evine Giriş Yapan Ziyaretçiler	38.390	519	38.909
TOPLAM	889.753	166.811	1.056.564

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün son yayınladığı 2018 yılı verilerine göre Tablo 14'den de anlaşılabacağı gibi 2018 yılında toplamda 889.753 yerli turist, 166.811 yabancı turist Kayseri ilinde bazı konaklama işletmelerine ve turistik mekanlara yönelik ziyaret gerçekleştirmiştir. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin sayısı toplamda 1.056.564 olarak kaydedilmiştir. Bu istatistiklere yurtdışında yaşayan ve yabancı ülke vatandaşı olmuş Kayserililerin önemli bir kısmının da dahil olduğu söylenebilir.

Kayseri'ye gelen turist sayıları ile turistlerin konaklama istatistikleri karşılaştırıldığında gelen turistlerin Kayseri'de tutulamadağı, diğer bir ifade ile turistlerin Kayseri'yi bir transit geçiş noktası olarak kullandığı ve il üzerinden (havalimanından) Kapadokya bölgesine veya diğer destinasyonlara geçiş yaptığı kanaati hakimdir. Bu durum ise Kayseri'nin turizm açısından karşılaştığı önemli bir sorunu teşkil etmektedir. Diğer yandan gelen turist sayısındaki artış ile konaklama istatistikleri arasındaki tutarsızlık muhtemelen yurtdışında yaşayan Kayserili vatandaşların kenti ziyarete gelmeleri ile de ilişkilidir.

3.2.2. Kayseri İlinde Turizm Faaliyetleri

Kayseri ili mevcut turizm potansiyeli itibarıyla birçok turizm türünün gelişebileceği bir ortama veya kaynaklara sahiptir. Bu bölümde de Kayseri'de gelişen ve geliştirilebilecek yeni turizm türleri incelenmekte ve bu doğrultuda kentin sahip olduğu çekicilikler ve imkanlar turizm faaliyetleri açısından değerlendirilmektedir.

3.2.2.1. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm

Sağlık turizmi açısından değerlendirildiğinde, Kayseri ilinin en önemli özelliklerinden birisi 1206 yılında kurulan ve dünyanın ilk tıp fakültesi olarak bilinen Gevher Nesibe Şifahiyesi ve Medresesi'ne sahip olmasıdır. Çok eski tarihlerden itibaren tıp biliminde gelişerek önemini koruyan Kayseri, günümüzde de önemli bir sağlık turizmi destinasyonu olma yolunda ilerlemektedir (Kayseri Sağlık Turizmi, 2020).

TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre, Kayseri'de 25 adet hastane bulunmaktadır. Hastane yatak sayısı ise 4.134 olarak kaydedilmiştir. Bin kişi başına düşen toplam hekim sayısı 2, yüzbin kişi başına toplam hastane yatak sayısı ise 300 olarak kaydedilmiştir. Belirtilen verilerin her yıl olumlu yönde değiştiği ve Kayseri ilinin sağlık hizmetleri

açısından daha da ilerlediği gözlenmektedir. Ayrıca 2018 yılında 1.607 yatak kapasitesine sahip modern konseptteki Kayseri Şehir Hastanesi hizmete açılmıştır. Benzer şekilde son zamanlarda Kayseri’de modern tarzda donanımlı özel hastaneler de açılmaktadır (TÜİK, 2017; Devlet ve Özel Sağlık Kurumları Rehberi, 2020; Kayseri Şehir Hastanesi, 2018). Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere, Kayseri ili sağlık alanında kaliteli hizmet sunma çabasıyla ilerleme kaydetmekte ve bu durum Kayseri ilinin sağlık turizmi potansiyelini önemli derecede güçlendirmektedir.

Kayseri’de 1607 yataklı Kayseri Şehir Hastanesi’ne ve diğer hastanelere ek olarak Sağlık Turizmi Belgeli ve 3748 yatak kapasitesine sahip sağlık merkezleri bulunmaktadır. Aynı zamanda Erciyes Üniversitesi Hastaneleri, Onkoloji Hastanesi, Kalp Hastanesi, Organ Nakli ve Diyaliz Hastanesi, Kemik İliği Nakil ve Kök Hücre Tedavi Merkezi ve Çocuk Hastanesi ile toplamda 1251 yatak kapasitesine sahiptir. Kayseri’de bulunan sağlık turizmi yetki belgeli tüm hastanelerde ulusal ve uluslararası düzeyde hizmet verilmektedir. Ayrıca Kayseri bölgesinde çok sayıda termal tesis de bulunmaktadır (Kayseri Sağlık Turizmi, 2020). Kayseri ilinde termal turizm faaliyetleri açısından Yeşilhisar İçmeleri, Bayramhacı Kaplıcası, Boğazköprü İçmesi, Tekgöz Kaplıcası, Yazır İçmesi vb. birçok şifalı su (Bkz. EK 3.) bulunmaktadır (Termal Rehber, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

EK 3’de de görüldüğü üzere, Kayseri ili termal turizm bakımından oldukça önemli kaynaklara sahiptir. Bu kaynaklar termal turizm potansiyelini yükseltmekle birlikte, sağlık turizmini de desteklemektedir. Elbette bu potansiyelin etkili bir şekilde kullanılması için gerekli yatırımların yapılması büyük önem arz etmektedir. Özellikle altyapı, konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yatırımların yapılması bölgedeki turizm için gerekli unsurların başında gelmektedir.

Kayseri ili üst düzey yatırımların yapıldığı önemli bir sağlık kentidir ve Kapadokya’ya gelen turistlere sağlık hizmeti sunma konusunda önemli bir çekiciliğe sahiptir. Kayseri ili hastane, uzman doktor ve yatak sayısı açısından yeterli olmakla birlikte, sunduğu uygun maliyetli tedavi seçenekleri ile ulusal ve uluslararası alanda talep seviyesini artırma fırsatına sahiptir. Ancak Kayseri’de sektördeki paydaşlar arasında koordinasyon eksikliğinin yanı sıra, çok dil bilen personel eksikliği, bazı bölümlerde yetersiz sayıda uzman doktor olması, hizmet sunmak açısından yeterli bilincin olmaması, yiyecek-

içecek, alışveriş ve eğlence işletmelerinde sayı ve kalite açısından yaşanan sorunlar ve ulaşılabilirlik konusundaki eksiklikler gibi faktörler sağlık turizmi açısından özölmesi gereken başlıca sorunları teşkil etmektedir (Suzuki, Watts, Pureswaran, Kato, Torres Diaz ve Jung, 2020: 46).

2019 yılında yapılan “Kayseri Sağlık Turizmi alıştayı” çerçevesinde, Kayseri’deki hastanelerin yatak kapasitesinin sağlık turizmi açısından yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum Kayseri ilinin sağlık turizmi açısından avantajlı olduğunu göstermektedir. Ancak Kayseri’de pazarlama ve tanıtım eksikliği, yukarıda belirtildiği üzere dil bilen personel eksikliği ve ulaşım imkanlarının geliştirilmesi gerektiği de tespit edilmiştir (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2019: 164-166). Belirtilen sorunlar Kayseri ilinin sadece sağlık turizmi açısından değil, aynı zamanda diğer turizm faaliyetleri açısından da özölmesi gereken önemli sorunlarını teşkil etmektedir. Kayseri’de sağlık turizminin daha fazla gelişebilmesi için altyapı, üstyapı (hastane, uluslararası mutfak ürünleri sunan işletmeler, ulaşım) vb. yatırımların artırılması, uzman doktor sayısının artırılması, uluslararası alana yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine odaklanılması ve nitelikli işgücünün artırılması önem arz etmektedir.

3.2.2.2. Kış Turizmi

Kayseri ilinde kış turizmi açısından Türkiye’de yaygın bir üne sahip olan Erciyes Dağı bulunmaktadır. Erciyes Dağı, sahip olduğu özellikleri ile ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığını artırmak suretiyle yeni yapılan ve yapılacak olan yatırımlarla dünya çapında önemli bir kış turizmi merkezi haline gelebilecektir.

Erciyes Dağı’nın adı Roma İmparatorluğu zamanında eski Yunanca bir kelime olan “Argaeos” kelimesinden gelmektedir. Erciyes, Türkiye’nin en büyük ve çekici dağlarından birisidir. 3916 metre (bazı kaynaklarda 3917 metre) yüksekliğe sahip olan Erciyes, Kapadokya’nın antik bölgesi içerisinde bulunmaktadır. Erciyes, Kayseri’nin M.Ö. 4000’lere kadar uzanan tarihsel sürecinde yer alan Hitit, Frig, Pers, Kapadokya, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorlukları’nın tamamında kentin ve bölgenin sembolü haline gelmiştir. 30 milyon yıl önce başlayan dağdaki volkanik patlamalar sonucu çıkan küller ve lavlar kilometrelerce uzaklara taşınarak, Hasan Dağı ile birlikte Kapadokya bölgesindeki jeolojik yapıyı ve peri bacalarını oluşturmuştur. Hititlerin Harkasos (beyaz dağ) olarak ifade ettikleri Erciyes Dağı’nın yüksekteki kısımları her

mevsim karla kaplıdır ve kuzeyinde bir kilometre uzunluğunda dağ buzulu bulunmaktadır. Ayrıca dağın zirve kısmında bulunan, Bizans rahiplerinin inzivaya çekildiği mağaralar ve tapınaklar, kötü hava koşullarında dağcılar için sığınak görevi görmektedir. Kayseri il merkezine 20-25 kilometre uzaklıkta bulunan Erciyes, İç Anadolu Bölgesi'nin birinci, Türkiye'nin ise beşinci büyük dağı özelliğine sahiptir. Aynı zamanda kış sporları için en uygun kar tipi olan “kaliteli toz karı” Erciyes Dağı'nın sahip olduğu önemli özellikleri arasında sayılmaktadır. Erciyes Dağı, sadece kış turizmi için değil, aynı zamanda yürüyüş, dağcılık, yayla turizmi vb. faaliyetler açısından da yılın farklı dönemlerinde turistleri çekebilmektedir. Ayrıca yaz aktivitesini artıran trekking turları düzenlenmektedir. Kayseri ile Niğde arasında olan Göller Bölgesi'nden Kapuzbaşı Şelaleleri'ne kadar trekking parkuru yürüyüş severlerinin en güzel rotalarından birisi olarak bilinmektedir (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Discover Erciyes, 2020; Türkiye Kültür Portalı, 2020; Central Anatolia Development Agency, 2018; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Ancak sezon dışı bu aktivitelerin Erciyes Dağı destinasyonu açısından yeterli olmadığı ve sezon dışı aktivitelerin sürdürülebilir olması gerektiği pek çok araştırmacı ve sektör paydaşı tarafından vurgulanmaktadır.

Erciyes Dağı'nda *on-pist* ve *off-pist* olmak üzere toplam 102 kilometre uzunluğunda Alp'ler standardında birbiriyle bağlantılı 34 farklı zorluk derecesine sahip kayak pisti mevcuttur. Bununla birlikte Avrupa Voleybol Konfederasyonu (CEV) Kar Voleybolu Avrupa Turu, Snowkite Dünya Kupası, Snowboard Dünya Kupası, Downhill Avrupa Şampiyonası, Uluslararası Erciyes Yol Bisikleti Yarışları vb. etkinlikler birçok kez Erciyes Dağı'nda yapılmış ve bu etkinlikler canlı yayında sunulmuştur. Ayrıca Uluslararası Erciyes Ultra Sky Trail Dağ Maratonu, Avrupa Voleybol Konfederasyonu (CEV) Kar Voleybolu Dünya Kupası vb. birçok etkinlik Erciyes Dağı'nda düzenlenmeye devam etmektedir (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Discover Erciyes, 2020; Türkiye Kültür Portalı, 2020; Central Anatolia Development Agency, 2018; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Yukarıda belirtilen bu fırsatlar Erciyes Dağı'nın imajını geliştirmesi ve daha geniş kitleler tarafından tanınması açısından oldukça önemlidir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından kurulan Erciyes A.Ş.'nin uyguladığı Erciyes Master Planı çerçevesinde, kayak merkezinde yapılacak yeni yatırımlarla (eğlence,

alışveriş, yiyecek-içecek ve konaklama işletmesi, spor merkezleri, spor alanları, altyapı vb.) yeni bir imaj kazanacak, Erciyes Dağı kış turizmi açısından daha fazla tanınma imkanı bulacak ve daha fazla turist çekebilecektir.

Ayrıca Erciyes Dağı'nda yaklaşık 16 bin m² kapalı inşaat alanı üzerine yüksek irtifa antrenman tesisi yapımı planlandığı ifade edilmektedir. Planlanan bu tesis içerisinde profesyonel sporculara yönelik 3 adet futbol sahası, spa ve kongre merkezi, kapalı tam olimpiik yüzme havuzu ve kapalı spor salonu yer alacaktır. Yüksek irtifa kamp merkezinin sahip olacağı üst düzey fiziksel özelliklerine ek olarak, geniş yolları ve gelişmiş bisiklet parkurlarıyla bisiklet takımlarına en iyi rota fırsatlarını sunacaktır. Sporcuların yüksek irtifa antrenmanına olan talebinin artmasıyla Erciyes'te sezon bittikten sonra da otellerin doluluk oranlarının yeterli düzeyde kalması büyük önem arz etmektedir. Kayseri Erciyes Yüksek İrtifa Kamp Merkezi, 4 ayrı fonksiyondan oluşan bir yapı kompleksinden meydana gelmektedir. Bunlar SPA ve kongre merkezi, karma spor salonu (hentbol, basketbol vb.), olimpiik yüzme havuzu ve kafeterya olarak ifade edilmektedir (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Discover Erciyes, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Kamp merkezinin yapımı Erciyes Dağı'na tüm yıl hareketlilik kazandıracak ve böylece çekiciliği artan merkezi daha fazla turist ziyaret edebilecektir.

3.2.2.3. Gastronomi Turizmi

Kayseri birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış dünyanın en eski şehirlerinden biridir. Bulunduğu coğrafya itibarıyla geçmişten günümüze farklı kültürlerle bütünleşen Kayseri ili, kendine özgü zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Kayseri ili sahip olduğu bu zengin mutfak kültürü ile çeşitli gastronomik çekicilikler ortaya çıkarmıştır. Bu çekicilikler, gastronomi turizmi açısından büyük önem arz etmekte ve turizm potansiyelini artıracak niteliktedir. Kayseri'nin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu önemli gastronomik değerleri aşağıdaki tabloda (Tablo 15.) gösterilmektedir.

Tablo 15. Kayseri İlinin Sahip Olduğu Gastronomik Değerler

Yemekler ve Diğer Yiyecek Ürünleri		Tatlılar	İçecekler
Mantı	Saray Pilavı	Aside	Gilaburu Suyu
Pastırma	Yağ Mantısı	Nevzine	Meyve Şerbetleri
Sucuk	Yağbarı	Maramisa	Hoşaf
Yağlama	Çiriş Aşı	Elde Kesme Kadayıf	Koruk Ekşisi
Kurşun Aşı	Kesme Çorba	Yoğurt Tatlısı	
Pöç	Tandır Ekmeği	Altın Kesesi	
Sucuklu Köfte	Tepsi Mantısı	Düğümlü Tatlı	
Ayvalı Tahinli Yaprak Sarması	Örgülü Pilav	Fincan Tatlısı	
Güveç	Pürük	İncir Dolması	
Helise	Pezik Cacığı	Kayısı Kavurması	
Tahinli Katmer	Tirit	Dolaz	
Börek Aşı	Gendime	Pekmez Helvası	
Sulu Köfte	Nohut, Yahni	Omma	
Hakırdak	Bezdirme	Un Kurabiyesi	
Kabak Çiçeği Dolması	Bamya Çorbası	Telteli	
Çemen	Yamula Patlıcanı	Güllü Baklava	
Develi Cıvıklısı	Kabak Çekirdeği, Elma, Kiraz, Kayısı, Gilaburu, Diğer Meyve ve Sebzeler	Açma Baklava	
Kete	Su Böreği	Düğün Aşuresi	
Fırınağzı	Bazlama		
Pehli	Cevizli Sucuk		
Üzümlü Gerdan	Pırtımpırt		
Kuru Kaymak	Kış Yoğurdu, Dorak Yoğurdu		
Peynir Çeşitleri (Çömlek Peyniri, Salamura, Durak, Tulum, Diğer)	Şaştım Aşı		
Yoğurtlu Aş	Pancar Çorbası		
Pıt Pıt Pilavı	Sütlü Çorba		
Diğer Çorba Çeşitleri (Tarhana, Bulgur, Makarna, Yeşil Mercimek, Pıt Pıt Çorbası, Un)	Pastırmalı Kuru Fasulye		
Patates Köftesi	Gacer Pilavı		
Pide Çeşitleri (Cevizli, Tahinli, Peynirli, Sucuklu, Pastırmalı)	Diğer Pilav Çeşitleri (Kuskus Pilavı, Bulgur Pilavı, Erişte)		
Diğer Mantı Çeşitleri (Üzengi, Belı Bükme, Şebit, Püroğlu, Prov)	Diğer Börek Çeşitleri (Cığirtma, Cambaz, Muska, Et Böreği, Dabaka)		
Zengin Salatası	Susamlı Halka		
Çeşitli Turşular	Çeşitli Reçel ve Marmelatlar		

Kaynak: (Gezi Evreni, 2020; Yılmaz, 2020; Akın, 2020; Kayseri Ticaret Odası, 2012; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)'dan uyarlanmıştır.

Tablo 15’de görüldüğü üzere Kayseri ili yiyecek-içecekler açısından birçok turistik çekici unsura sahiptir. Bu yiyecek-içecek ürünleri turistleri Kayseri’ye çekebilecek niteliktedir. Sahip olduğu bu özelliği Kayseri ilinde gastronomi turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca gastronomi turizminin Kayseri’deki diğer turizm faaliyetlerini tamamlayıcı nitelikte olduğu ifade edilebilir.

Pastırma, Sucuk, Mantı, Develi Cıvıklısı, Erkilet Kedi Bacağı (Cevizli Pekmez Sucuğu), Cırgalan Biberi, Tomarza Kabak Çekirdeği, İncesu Karaevrek Üzüümü, Akkışla Gilaburu Meyvesi ve Salamurası, Bünyan Gilaburusu ve Yamula Patlıcanı Kayseri ilinin coğrafi işaret almış ürünlerinin başlıcaları arasında sayılmaktadır (Kayseri Ticaret Odası, 2012; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020). Ayrıca Bünyan Karahıdır Domatesi ile Özvatan Kekik Balı ve Çömlek Peyniri coğrafi işaret tescil sürecinde yer almaktadır. Gastronomi turizmi açısından büyük önem taşıyan bu faktör, Kayseri ilinin gastronomi turizmi destinasyonu olma sürecinde önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Diğer yandan Kayseri ilinde, “Kayseri Gastronomi ve Mantı Festivali”, “Gastronomi Turizmi Çalıştayı”, “Mantı, Sucuk ve Pastırma Kültür Festivali”, “Yöresel Ürünler Fuarı”, “Bağbozumu Festivali”, “Gesi Ceviz ve Gilaboru Şenliği”, “Kültür ve Kayısı Festivali”, “Geleneksel Yeni Yoğurt Bayramı ve Kilim Festivali”, “Yamula Patlıcan Festivali”, “İncesu Kültür, Turizm ve Üzüüm Festivali”, “Yahyalı Kültür Turizm ve Elma Festivali”, “Özvatan Geleneksel Pılav Şenlikleri” vb. organize edilen birçok etkinlik kentin gastronomi turizmine değer katmaktadır. Ayrıca bu tür etkinlikler turist kitlesini Kayseri’ye çekebilme gücüne sahiptir. Kısacası Kayseri ili gastronomi turizmi açısından sahip olduğu önemli gastronomik değerler ve etkinlikler ile potansiyeli yüksek bir kent ve bölge özelliği göstermektedir.

3.2.2.4. Kuş Gözlemciliği ve Doğa Turizmi

Kayseri ilinin sahip olduğu kırsal turizm, ekoturizm, botanik turizm, yayla turizmi vb. turizm türlerinin potansiyeli bu başlık altında değerlendirilmektedir. Kayseri ilinin en önemli kuş gözlemciği ve doğa turizmi destinasyonları, Sultan Sazlığı Milli Parkı (Kuş Cenneti), Hürmetçi Sazlığı, Erciyes Dağı, Kapuzbaşı Şelaleleri, Hacer Ormanları, Yedigöller, Soğanlı Vadisi, Şeker Gölü, Zamantı Irmağı ve Derevenk Vadisi olarak (Bkz. EK 4.) sıralanmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020).

EK 4 incelendiğinde Kayseri’de bulunan doğal çekiciliklerin kente önemli bir doğa turizmi imajı kazandığı ifade edilebilir. Özellikle bazı doğal çekiciliklerin koruma altına alınmasının (örneğin Sultan Sazlığı, Şeker Gölü vb.) bölgede uygulanan doğru ve etkili bir sürdürülebilirlik politikası sonucu olduğu söylenebilir. Diğer yandan bu çekiciliklerin tanıtım ve pazarlanmasına yönelik politika veya uygulamaların yetersiz olduğu ve buna yönelik yeni ve farklı politikaların geliştirilmesinin gerektiği de ifade edilmelidir.

3.2.2.5. İnanç, Kültür ve Tarih Turizmi

Kayseri ilinde hem dini hem de tarihi ve kültürel açıdan birçok çekicilik unsuru bulunmaktadır. Bu çekicilik unsurları kentin hem inanç turizmi hem de kültür ve tarih turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Mevlana’nın Hocası Seyyid Burhaneddin Türbesi, Zeynel Abidin Türbesi, Melikgazi Türbesi vb. birçok türbe ve tarihi eserler hem ulusal hem de uluslararası alandan (İslam ülkeleri) ziyaretçi çekmektedir. Kent merkezinde yer alan Surp Astuadzadzin (Meryem Ana) Kilisesi, Surp Kırkor Losovoriç Kilisesi, Ağırnas bölgesindeki Agias ve Anagiri Kiliseleri, Yeşilhisar’daki Soğanlı Kaya Kiliseleri, Talas’ta yer alan Talas Rum Kilisesi vb. birçok kilise ve diğer tarihi eserler Hristiyan turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Bu durum da Kayseri ilinin inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Ancak kiliselerin çoğunun çok bakımsız olması önemli bir sorun teşkil etmektedir. Hızlı bir şekilde restorasyonlarının yapılması ve turizme kazandırılması uygun olacaktır. Böylece bu mekanların çekicilik kazanmasıyla birlikte, etkili bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti ile birçok yabancı turist de bölgeyi ziyaret edecektir.

Bu konuda özellikle altı bin yıl önceye dayanan kanıtların ortaya çıkarıldığı ve dünyanın ilk organize ticaret merkezi olan Kültepe (Kaniş-Karum), Romalılar’dan başlayarak Bizanslılar, Danişmentliler, Selçuklular, Dulkadiroğulları, Karamanoğulları ve Osmanlı İmparatorluğu’ndan kalan kaleler, İpek Yolu, Hitit kalıntıları, yeraltı şehirleri, Hristiyan dünyası için büyük önem arz eden kiliseleriyle ünlü Soğanlı Vadisi ve Roma, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu gibi medeniyetlerden kalan kümbetler Kayseri ilinin en önemli inanç, kültür ve tarih turizmi varlıkları olarak (Bkz. EK 5.) öne çıkmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri Valiliği, 2020).

Ayrıca Kayseri'deki halk oyunları ve seyirlikler, geleneksel el sanatları (halıcılık, kilimcilik, soğanlı bez bekeleri, bakırcılık, taş işçiliği vb.), yöresel yiyecek-içecekler (Bkz. Tablo 15.), Kayseri mimarisi (Kayseri evleri vb.), kütüphane, müzeler (Arkeoloji Müzesi, Etnografya Müzesi, Ahi Evran Esnaf ve Sanatkarlar Müzesi, Selçuklu Uygarlığı Müzesi, Kent ve Mimar Sinan Müzesi, Milli Mücadele Müzesi), sinema, tiyatro ve sanat galerileri kentin kültür ve tarih turizmine büyük katkı sağlamaktadır.

Kayseri ilinde bulunan dini, tarihi ve kültürel varlıklar tüm insanlık tarihi açısından değerli bulunduğu için hem ulusal hem de uluslararası alanda büyük önem taşımaktadır. Bu özelliği tüm din, etnik ve kültürel açıdan farklı niteliklere sahip insanları Kayseri'ye çekebilmektedir. Kayseri ilinin sahip olduğu kültür ve tarih turizmi açısından değerli olan diğer varlıklar ise EK 6'da ayrıntılı bir şekilde gösterilmektedir.

EK 5 ve EK 6 incelendiğinde, Kayseri ilinde hem yerli hem de yabancı turistler açısından ilgi ve merak uyandıran önemli sayıda tarihi ve kültürel varlık bulunduğu görülmektedir. Hem yerli hem de yabancı turistler açısından büyük önem taşıyan bu çekicilikler kenti birçok yerli ve yabancı turistin ziyaret etmesine imkan sağlamakta ve kenti önemli bir kültür ve tarih turizmi destinasyonu haline getirmektedir.

3.2.2.6. Etkinlik, Spor, Kongre ve Fuar Turizmi

Dünya örneklerinden de bilindiği üzere özellikle son yıllarda bölgelere daha fazla turist çekebilmek amacıyla çok sayıda etkinlik düzenlenmektedir. Örneğin Almanya'nın Münih kentinde *Oktoberfest*, Nürnberg kentinde Noel öncesi *Weihnachtsmarkt* veya *Christkindlesmarkt*, Birleşik Krallık'a bağlı Londra kentinde *The Times BFI London Film Festival*, ABD, New York'ta *Times Square Countdown*, *NBA*, *Broadway Shows* ve *Madison Square Garden Shows*, İtalya'nın Roma kentinde *The Roman Food Tour*, Fransa'nın Cannes kentinde *Festival de Cannes*, Çin'in Pekin kentinde *Lantern Festival* ve Japonya'nın Tokyo kentinde *Cherry Blossom Festival*, Güney Kore'nin Seul kentinde *Buyeo Seodong Lotus Festival*, İspanya'nın Valensiya kentinde *La Tomatina* düzenlenen etkinlikler önemli sayıda yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır.

Etkinlik Turizmi

Kayseri’de festival, şenlik, konser, tiyatro, drama, müzik, kongre, fuar, konferans, sempozyum, kolokyum, çalıştay, seminer, söyleşi, dinleti, tören vb. ulusal veya uluslararası nitelikte birçok etkinlik organize edilmektedir. Bu durum Kayseri’nin turizm yelpazesini geliştirmekte ve daha fazla turist çekerek turizm sektörünün gelişmesini sağlamaktadır. Kayseri’de düzenlenen bazı önemli etkinlikler EK 7’de gösterilmektedir.

EK 7 incelendiğinde, Kayseri’de yerli ve yabancı turistleri çekebilecek birçok ulusal ve uluslararası etkinlik düzenlendiği görülmektedir. Bu etkinliklerin Kayseri ili genelinde ve tüm yıla yayılmış bir şekilde organize edilmesi turizm açısından oldukça önemlidir. Böylece turizmin il genelinde verimli faaliyetler gösterme ve bölgeye hareketlilik kazandırma potansiyelinin de oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir.

Spor, Kongre ve Fuar Turizmi

Kayseri ilinin önemli ölçüde spor, kongre ve fuar turizmi altyapısı (Bkz. EK 8.) bulunmaktadır. Uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapılabilmesi için bu altyapının sürekli geliştirilmesi ve ek hizmetlerle donatılması gerekmektedir. Ayrıca uluslararası etkinliklerin Kayseri’de düzenlenmesi için işbirliği veya anlaşmaların sağlanması da önem arz etmektedir. Örneğin 2013 yılında Kayseri Kadir Has Stadı FIFA U20 Dünya Kupası’na ev sahipliği yapmış, ayrıca 2018 yılında Erciyes Dağı ise Avrupa Kar Voleybolu Kupası’na ev sahipliği yapmıştır.

3.2.2.7. Akarsu/Rafting Turizmi

Zamantı Irmağı’nın Yahyalı İlçesi’ndeki kısmında 15 km Milli Rafting Parkuru bulunmaktadır. Irmak, uzunluğu, yeraltı geçişleri, debisi ve kanyonlarının, yanı sıra profesyonel ve amatör sporcuların kullanabileceği parkurlara sahiptir. Geçmiş yıllardan günümüze rafting sporunun yapıldığı önemli alanlardan biri olan Zamantı Irmağı, Kayseri’de geçtiği bölgelerde önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ancak HES ve baraj yapımları su debisinin azalmasına neden olmuş ve bu da Zamantı Irmağı’nın turizmde kullanılabilirliği açısından tehlike oluşturmuştur. Su sporlarının yeni adresi olan Yamula Baraj Gölü’nde sörf, yelken, göl bisikleti ve kano yapılabilmektedir.

Ayrıca Kapadokya bölgesinde bulunan seyahat acenteleri Kızılırmak üzerinde kano safari turları organize etmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Yukarıda belirtilen mevcut bölgesel kaynakların etkili bir şekilde kullanılarak, akarsu ve rafting turizminin canlandırılması bölgede turizm faaliyetlerinin verimli bir şekilde yürütülmesi açısından oldukça önemlidir. Özellikle tanıtım ve paket tur şeklindeki pazarlama faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir.

3.2.2.8. Eğlence, Alışveriş ve Dinlenme Faaliyetleri

Her ne kadar Kayseri’de eğitim gören üniversite öğrencileri arasında Kayseri’nin eğlence sektörü açısından fazla cazip olmadığı görüşü kabul görse de, özellikle son yıllarda açılan cafe, restaurant, AVM vb. mekanlar sayesinde şehrin cazibesi önemli ölçüde artmış durumdadır.

Eğlence Faaliyetleri

Kayseri’de turistlerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri, eğlenecekleri, ilgi ve meraklarını giderebilecekleri, stres ve baskıdan uzaklaşabilecekleri, dinlenecekleri ve yeni tecrübe ve deneyim kazanabilecekleri bazı eğlence merkezleri bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri Anadolu Harikalar Diyarı ve Mazakaland Eğlence Dünyası (Bkz. EK 9.) olarak adlandırılan eğlence merkezleridir.

Anadolu Harikalar Diyarı ve Mazakaland Eğlence Dünyası Fransa’nın Paris şehrinde bulunan Disneyland ve İtalya’nın Venedik şehrinde bulunan Gardaland’a benzer şekilde tema park olarak inşa edilmiştir. Bu tema park 2013 yılı “Shining Star Awards Eğlence Ödülleri” değerlendirilmesinde uluslararası fuar organizasyonu şirketi tarafından 24 ülkenin bünyesindeki tematik parkların katıldığı bir yarışmada birincilik kazanmış ve Türkiye’nin en başarılı temalı açık alan eğlence merkezi olarak seçilmiştir. Ayrıca bu eğlence merkezi sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan Kayseri ilini olumlu yönde etkilemiştir (Anadolu Harikalar Diyarı, 2020; Mazakaland, 2020). Anadolu Harikalar Diyarı ve Mazakaland Eğlence Dünyası, Türkiye’nin en büyük tematik parkı olmakla birlikte, İç Anadolu Bölgesi’nin de en büyük sosyal yaşam merkezi olma niteliğine sahiptir (Altundaş, 2013). Bu niteliklerin Kayseri’nin destinasyon imajına olumlu yönde katkı sağladığı ifade edilebilir.

Alışveriş Faaliyetleri

Kayseri ili el sanatları ve hediyelik eşya açısından oldukça önemli çekiciliklere sahiptir. Bu çekicilikler turizm açısından önemli olmakta ve turistlerin alışveriş faaliyetlerini etkilemektedir. Bunlar incelendiğinde, ilk olarak pastırma, sucuk, mantı vb. birçok lezzetin (Bkz. Tablo 15.) yanı sıra tarihi bir geçmişe sahip Bünyan, Yahyalı ve Hacılar halısı öne çıkmaktadır. Seyrek bir biçimde yünden dokunarak tasarlanan Yahyalı halısı geometrik şekilleri, bitki ve hayvan motifleri ile dikkat çekmektedir. Yahyalı halısının dabazlı, göbekli, mihraplı, karpuzlu, kemerli ve üç göbekli olarak adlandırılan çeşitli desenleri bulunmaktadır. Sık bir biçimde dokunan Bünyan halısının desenlerinde beyaz zemin üzerine mavi renkli madalyonlar işlenmektedir. Hacılar'da ise ipek, yün ve flo halı dokunmaktadır. Kayseri halısına veya eski kilime ilgisi olan kişiler Bünyan, Yahyalı ve Hacılar ilçelerini veya il merkezinde Pamuk Han, Bedesten veya Cumhuriyet mahallesinde bulunan mağazaları ziyaret ederek aradıkları ürünü temin edebilmektedirler. Ayrıca Yeşilhisar'da bulunan Soğanlı bebekleri ve Develi'deki hasır dokumalar ve örme sepetler turistlerin oldukça ilgisini çekmektedir. Özetle Kayseri'ye gelen turistler ülke çapında üne sahip pastırma, sucuk, mantı vb. birçok lezzetin yanı sıra, Soğanlı bebekleri, el dokuması halı veya kilim ve hasır dokuma veya örme sepet gibi birçok ürünü satın alabilmektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Yahyalı Halısı, Bünyan Halısı ve Soğanlı Bebeği, Kayseri ilinin coğrafi işaret almış diğer başlıca ürünleri arasında yer almaktadır (Kayseri Ticaret Odası, 2012). Bu avantaj ise Kayseri iline turizm açısından önemli bir katma değer yaratmaktadır.

Kayseri ilinde önemli alışveriş merkezleri (Bkz. EK 10.) bulunmaktadır. Bu alışveriş merkezleri gelen turistlere alışveriş imkanları sunarak turizm sektörünü desteklemektedir. Bu durum ise kentte ticaret ve turizm sektörünün karşılıklı olarak birbirini hareketlendirmesini sağlamaktadır. Özellikle bu konuda mobilya, yöresel ürünler vb. kentin önemli ticari değerlerinin sunulduğu uluslararası alışveriş merkezlerinin hizmete açılması şehre farklı bir hareketlilik sağlayacaktır.

Dinlenme Faaliyetleri

Kayseri ilinde dinlenmek, eğlenmek, rahatlamak, stres atmak, spor ve piknik yapmak, yürüyüş ve koşu yapmak, manzara izlemek vb. aktiviteler gerçekleştirmek için birçok yeşil alan bulunmaktadır. Bu yeşil alanlar detaylı bir şekilde EK 11'de verilmiştir.

Özellikle yerel halk ve turistler arasında olumlu etkileşim (kültür alışverişi vb.) sağlanması için bu yeşil alanlarda çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi ve bu etkinliklere turistlerin de katılımının sağlanması kentte turizmin daha fazla gelişmesine imkan sağlayabilir.

3.2.2.9. Diğer Aktiviteler

Yukarıda belirtilen aktivitelerin dışında kentin sahip olduğu çekiciliklerden faydalanmak maksadıyla çok fazla aktivite yürütülerek turizm açısından şehrin cazibesinin artırılma imkanı mümkün olabilecektir. Bu farklı aktivite türleri ise bu bölümün konusunu oluşturmaktadır.

3.2.2.9.1. Yamaç Paraşütü

Ali Dağı, coğrafi konumu ve yapısı ile yamaç paraşütü ve Delta kanat faaliyetlerinin yapıldığı önemli bir alandır. Ali Dağı, 2000 yılında bazı gönüllü pilotlar tarafından yamaç paraşütü sporuna kazandırılmış ve 2004 yılından itibaren birçok ulusal ve uluslararası yarışmaya ev sahipliği yapmaya başlamıştır. Talas ilçesinde yer alan kalkış pisti, sporcuların 1750 metreden havalanmasını sağlayarak, onlara benzersiz bir Erciyes Dağı ve kent manzarası sunmaktadır. Ali Dağı yamaç paraşütü pisti sıradağlardan bağımsız olarak tüm rüzgar yönlerinde kalkış yapılabilme fırsatı sunmakla birlikte, iklimi ve konumu ile oldukça güçlü hava akımlarına imkan tanıyan önemli bir uçuş merkezidir. Ali Dağı'ndan havalanan pilotlar, Talas ilçesinde bulunan parka inmektedir. Aynı zamanda Ali Dağı parkuru yamaç paraşütü ve Delta kanat şampiyonalarına da ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'de Muğla ilinin Fethiye ilçesindeki Babadağ bölgesinden sonra en çok uçuş yapılan ikinci dağ olan Ali Dağı, tek kişilik uçuşlarda ise ilk sırada yer almaktadır. Kalkış pisti, il merkezine yakın olduğu için kolay bir şekilde ulaşılabilmekte ve kış aylarında da doğaseverlerin macera duygularını fazlasıyla tatmin etmektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Buradan da anlaşılacağı üzere, yamaç paraşütü Kayseri'nin turizm potansiyeline önemli bir katkı sağlamaktadır. Özellikle yamaç paraşütü bölgedeki diğer turizm türleri (kültür ve tarih, bisiklet turizmi, doğa turizmi vb.) ile birbirini tamamlayarak yaz sezonunda kentin çekiciliğini artırmakla birlikte, hem gelen turist sayısını artırmakta hem de turistlerin konaklama süresini uzatmaktadır. Ali Dağı'nın yamaç paraşütü kapsamında tanıtılması ve

uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapabilecek nitelikte olduğunun gösterilmesi bölgenin turizm açısından daha fazla değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır.

3.2.2.9.2. Bisiklet Turizmi

Kayseri il merkezi düz bir ovada yer aldığı için bisiklet kullanımı kent içerisinde oldukça yaygınlaşmıştır. Birçok bisiklet grubu şehir içi güzergahları kullanmakla birlikte, Kayseri Büyükşehir Belediyesi caddelerde bisiklet şeridi ve park yeri uygulamasıyla bu sporun gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Tüm çabalara rağmen son yıllarda kent gelişim planlarında şehir içi bisiklet yollarının yapımına gereken özenin gösterilmemesi nedeniyle bisiklet kullanımının yeterli olmadığı ifade edilmelidir. Potansiyelin yüksek olduğu Kayseri ilinde, daha çok dağ bisikleti rotaları dikkat çekmektedir. Kayseri Bisiklet Rotaları, ilçe ve köy yolları ile yaylalar arasındaki toprak yolların da kullanıldığı 27 farklı güzergah üzerinde toplam 2.382 kilometreye ulaşmaktadır. Özellikle Erciyes Dağı'nda Downhill Avrupa Şampiyonası, CrossCountry Eliminator, CrossCountry Olympic, Uluslararası Erciyes Yol Bisikleti Yarışları vb. birçok etkinliğin düzenlenmesi Kayseri ilinin bisiklet turizmi potansiyelini yükseltmektedir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Bisiklet turizmi Erciyes Dağı'nın yaz mevsiminde de değerlendirilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Yaz sezonunda da çeşitli uluslararası etkinlikler düzenlenmesi bölgede turizmin tüm yıla yayılmasını sağlayabilmektedir. Bu nedenle hem kış hem de yaz sezonunda da bu tür etkinliklerin düzenlenmeye devam etmesi turizmin bölgede gelişmesi açısından faydalı olacaktır.

3.2.2.9.3. Fotoğrafçılık

Erciyes Dağı'nın eteklerinde Hürmetçi Köyü'nde bulunan yılık atları, fotoğraf tutkunlarının ilgisini çekmektedir. Benzersiz bir manzara ve deneyim oluşturan yılık atları birçok fotoğrafçının bu destinasyona gelmesini sağlamaktadır. Fotoğraf tutkunları göl sularında ve tozda fotoğraf çekimine özellikle ilgi göstermektedir. Benzer şekilde Kapuzbaşı Şelaleleri ve Sultan Sazlığı Milli Parkı doğal görünümü ile sadece doğaseverleri değil, aynı zamanda fotoğrafçıları da cezbetmekte ve fotoğrafçılık aktivitesinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

3.2.2.9.4. Dağcılık

Kayseri ilinde dağcılık faaliyetlerinin yoğun olarak yapıldığı alanlar, Aladağlar Milli Parkı'nın Yahyalı ilçesi sınırlarında bulunan bölümü ile Soğanlı Vadisi ve Erciyes Dağı'nın çevresi olarak ifade edilebilir. Bu bölgelerde turizm hareketliliği, altyapı ve üstyapı vb. imkanların bulunması rotaların ilk planda bu bölgelere kaydırılmasının ana nedenidir. Kayseri'de faaliyet gösteren dağcılık ve yürüyüş kulüpleri ile seyahat acentaları, etkinlikleri ve yürüyüş faaliyetlerini çeşitli bölgelerde yürütmektedirler. Kayseri ilinde dağcılık ve yürüyüş rotalarının ilk bölümü Aladağlar Milli Parkı'nda (Yahyalı ilçesi) oluşturulmuştur. Kayseri, Niğde ve Adana'ya yayılan milli park, yerli ve yabancı turistlerin özellikle tercih ettiği bir destinasyondur. Aladağların en önemli özellikleri de çevresinde 3.700 metreyi aşan dört doruğun yanı sıra, 3.500 metrenin üzerinde 50'den fazla zirvenin bulunmasıdır. Dağcılar, Kızılkaya (3.766 metre) ve Demirkazık (3.756 metre) olmak üzere çeşitli zirve tırmanışlarını deneme fırsatına sahiptir. Türkiye'nin en yüksek beşinci dağı olan Erciyes çevresinde ise, Büyükşehir Belediyesi Erciyes A.Ş.'nin tasarladığı yürüyüş rotalarına eklenerek dağ çevresinde geniş bir parkur oluşturulmuştur. Güzergahlar yönlendirme levhaları ile donatılmış ve GPS koordinatları belirlenerek haritaları oluşturulmuştur (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Dağcılık faaliyeti bölgede kış ve yaz sezonunda gerçekleştirilen diğer turizm türlerini desteklemekte ve bölgede önemli bir alternatif faaliyet alanı oluşturmaktadır.

3.2.2.9.5. Karavan ve Kampçılık

Kocasinan ilçesinde Yamula Baraj Gölü'nün kıyıları, Yahyalı ilçesinde Kapuzbaşı Şelaleleri, Aksu Kanyonu'nun girişi, Gökoluk ve Suna yaylaları, Soğukpınar ve Hastahocanın Yaylası, Bünyan ilçesinde Sarımsaklı Göleti ve Pınarbaşı Kaynağı, Yeşilhisar ilçesinde Soğanlı Vadisi, Akköy Göleti ve Kovalı Göleti, Develi ilçesinde Şıhlı Göleti karavan ve kampçılık için uygun alanlar arasında yer almaktadır (Kayseri Valiliği, 2014). Yukarıda belirtildiği üzere, Kayseri karavan ve kampçılık açısından oldukça önemli mekanlara sahiptir. Karavan ve kampçılık aktivitesi bölgede doğa turizmini desteklemektedir.

3.2.2.9.6. Mağara ve Macera Turizmi

Kayseri ili macera tutkunlarına pek çok aktivite fırsatı sunmaktadır. Hisarcık Kanyonu girişinde ve Ulupınar'da kaya tırmanışı, Yahyalı yaylaları, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı, Soğanlı Vadisi ve Gesi bölgesi foto safari açısından oldukça önemli bölgelerdir. Yeraltı şehirleri ve kaya yerleşimleri dışında, Kayseri'de doğal mağara olarak Yahyalı ilçesi Çavdaruşağı köyündeki Göksu ve Felahiye ilçesi Büyüktoraman beldesindeki Dipsiz mağaraları da macera severler ve mağara turizmi açısından çekici bölgelerdir (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

3.2.2.9.7. Balon Turizmi

Balon turizmi faaliyetleri Kayseri'de 2019 yılından itibaren yapılmaya başlanmış ve birçok kişinin ilgisini çekmiştir. Balon turizmi, Kayseri'de Soğanlı bölgesinde yapılmakta ve Soğanlı Vadisi'nin, peri bacalarının ve güneşin doğuşu ve batışının çekici ve benzersiz manzaralarını izleme fırsatı sunmaktadır (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020). Soğanlı Vadisi'nde balon turizmi faaliyetlerinin yapılmaya başlanması doğrudan Kapadokya bölgesine gelen turistlerin aynı zamanda Kayseri ili merkezine çekilebilmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bölgenin turizm potansiyelinin harekete geçirilmesini sağlayan bir aktivite olduğu da söylenebilir.

3.2.2.9.8. Eğitim Turizmi

Kayseri'de bulunan Erciyes Üniversitesi, Abdullah Gül Üniversitesi, Kayseri Üniversitesi ve Nuh Naci Yazgan Üniversitesi birçok yerli ve yabancı öğrencileri kente çekmektedir. Bu durum kentin eğitim turizmi destinasyonu olabilmesi açısından da önemli bir avantaj teşkil etmektedir.

3.2.2.9.9. Av Turizmi ve Balıkçılık Aktivitesi

Kayseri'nin Develi, Tomarza, Sarız, Pınarbaşı, Bünyan ve Yeşilhisar ilçeleri başta olmak üzere, diğer ilçelerinin de dağlık kesimlerinde bıldırcın, keklik, tavşan, yaban keçisi, ördek, toy vb. çeşitli av hayvanları bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Bölge bu sayede av turizmine ilgi duyan kişileri çekebilmektedir.

Balıkçılık aktivitesi açısından incelendiğinde ise Kayseri ili birçok önemli göle, baraj gölüne, gölete ve Kızılırmak ve Zamantı Irmağı gibi önemli sulak alanlara sahiptir. Bu alanlarda alabalık, sazan, yayın, turna, levrek ve yılan balığı gibi balık çeşitleri bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Balık tutma aktivitesine ilgisi ve merakı olan kişiler bölgede aynı zamanda kamp yapma imkanına da sahip olmaktadır.

Kayseri'deki turizm faaliyetleri genel olarak değerlendirildiğinde, Kayseri'deki turizm türlerinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu ve kentin önemli ölçüde turizm potansiyelinin bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Bu turizm potansiyelinin etkili, verimli ve sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirilmesi ve turizm türlerinin birbirine entegre edilerek paket tur şeklinde tanıtım ve pazarlamasının yapılması durumunda turizm faaliyetlerinin Kayseri'de tüm yıla yayılabileceği diğer bir ifade ile mevsimsellik sorununun ortadan kalkabileceği belirtilmelidir. Böylece kentin daha fazla turist çekeceği, turistlerin daha çeşitli turizm faaliyetlerine katılarak konaklama süresini uzatabileceği, sonuç olarak kişi başı turist harcamasının artacağı veya daha fazla turizm geliri elde edileceği ifade edilebilir. Özellikle turizm türlerinin geliştirilerek birbirine entegre edilmesi sürecinde altyapı, üstyapı vb. yatırımların artırılması (inovasyon ve teknoloji alanında), pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin uluslararası alanda etkili bir şekilde yürütülmesi, kent marka ve imajının olumlu yönde geliştirilmesi ve ulaşılabilirliğin artırılmasının oldukça önem arz ettiği ifade edilebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: KAYSERİ İLİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle araştırmanın konusu, amacı, önemi ve metodolojisi ortaya konulmaktadır. Bu çerçevede mülakat yöntemi kullanılarak elde edilen veriler analiz edilmekte ve ortaya çıkan bulgular değerlendirilerek konu hakkında çeşitli yorumlar yapılmakta ve bazı politika önerileri sunulmaktadır.

4.1. Araştırmanın Konusu

Turizm sektörü daha önceki bölümlerde belirtildiği üzere, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda kalkınmayı sağlamak amacıyla özellikle son yıllarda üzerine önemle odaklanılan stratejik bir sektör haline gelmiştir. Tüm ülkeler kendi mevcut turizm potansiyelini ortaya çıkararak turizm pazarına sunmak, diğer destinasyonlardan farklılaşmak, rekabet avantajı sağlamak, çekiciliklerini artırmak, daha fazla turist çekmek ve turizm gelirlerini artırmak suretiyle kalkınmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Turizm sektörü, ekonomik kalkınma, bölgesel dengesizliğin giderilmesi ve bölgesel kalkınmanın hedeflerine ulaşılması açısından önemli bir faaliyet alanı olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, bölgesel kalkınmaya yardımcı olmak açısından turizm sektörünün önemi ve oynadığı rolün ortaya konulması amacıyla Kayseri iline yönelik bir araştırma yapılmıştır.

Kayseri ilinin turizm sektörü açısından bazı eksiklikleri bulunmakla birlikte, genel olarak turizm faaliyetlerine elverişli bir destinasyon özelliği gösterdiği ifade edilebilir. Kayseri bir bölge olarak önemli turizm kaynaklarına, zengin kültürel ve tarihi mirasa, mimari yapılara, doğal kaynaklara ve diğer önemli alt ve üstyapı unsurlarına sahip bir ildir. Ayrıca bu bölge kış turizmi, akarsu-rafting turizmi, doğa turizmi, dağcılık, eğlence etkinlikleri, yamaç paraşütü, kuş gözlemciliği, hava sporları, fotoğrafçılık, inanç

turizmi, kültür ve tarih turizmi, sağlık turizmi, termal turizm, av turizmi, göl turizmi, kamp ve karavan turizmi gibi zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Diğer taraftan ifade edildiği üzere, bölgede genellikle turizmin gelişmesi için uygun altyapı ve diğer donanımlar mevcuttur. Ancak Kayseri ilinin sahip olduğu birçok avantaja rağmen, bu avantajları turizm sektörü açısından yeterince değerlendirememektedir. Oysa turizm sektörü dünya örneklerinde de incelendiği üzere, kalkınma için etkili bir araç olarak kullanılabilir.

Ayrıca literatür taraması sonucunda Kayseri örneğinde, sanayi ve üretim sektörü, girişimcilik, kalkınma ajansları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişkilerin daha önce literatürde araştırıldığı tespit edilmiştir. Ancak Kayseri ilinde doğrudan turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişkinin tespitine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bu nedenle araştırmanın konusunu bölgesel kalkınma yaklaşımı çerçevesinde turizm faaliyetlerinin genel olarak ülke kalkınması ve özelde ise Kayseri ilinin kalkınmasında oynadığı rolü incelemek oluşturmaktadır. Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolü literatür değerlendirmesi dışında paydaşlara yönelik yapılan mülakatlar ile tespit edilmeye çalışılmış ve turizm sektöründe yaşanan sorunlarla mücadele etmek için çeşitli çözüm önerileri ortaya konulmuştur. Literatür taraması çerçevesinde araştırma problemini incelemek amacıyla belirlenen araştırma soruları ise aşağıda gösterilmektedir:

- Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolü nedir?
- Kayseri'deki turizm sektörü paydaşlarının bölgesel kalkınma açısından turizm sektörüne yönelik bakış açıları nasıldır?
- Kayseri ilinin turizm potansiyeli nedir ve bu potansiyelin bölgenin kalkınmasında etkisi var mıdır?
- Kayseri ilinin turizm açısından karşılaştığı sorunlar nelerdir ve bu sorunların veya eksikliklerin ortadan kaldırılması için neler yapılabilir?
- Turizm neden bölgesel kalkınma için önemli bir sektördür?
- Turizm sektörünün bölgesel kalkınma süreci ile olan ilişkisi nedir?

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

4.2.1. Araştırmanın Amacı

Turizm sektörü literatürde küresel ekonomiyi güçlendiren ve aynı zamanda bölgesel kalkınmaya yardımcı olan ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan birçok avantaj sağlayan destekleyici bir sektör olarak kabul edilmektedir. Turizm sektörü her geçen gün gelişen, değişen ve çeşitlenmekte olan dinamik ve çok boyutlu bir sektör özelliğine sahiptir. Alternatif turizm türlerinin ortaya çıkması, turizmin tüm yıla ve farklı alanlara yayılmasına yardımcı olmaktadır. Bu yönüyle turizm sektörü bölgesel kalkınmayı sağlamak için yararlanılacak önemli bir araç haline gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı, öncelikle turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini ele almak, daha sonra Kayseri ili özelinde kalkınmada turizm sektörünün rolünü incelemektir. Ayrıca çalışmada Kayseri ilinin turizm potansiyelini ortaya çıkarmak ve bu potansiyelin bölgenin kalkınmasını destekleyen itici bir faktör olup olmadığını incelemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın diğer alt amaçları ise şunlardır:

- Kayseri ilinin turizm açısından karşılaştığı sorunları veya mevcut eksiklikleri tespit etmek,
- Kayseri ilinin turizm açısından karşılaştığı sorunların ortadan kaldırılmasına yönelik çözüm önerileri ortaya koymak,
- Kayseri ilinde turizm sektörünün daha fazla geliştirilmesi için politika yapıcılara ve uygulayıcılara rehberlik etmek ve
- Çalışma bulguları ile literatüre katkı sağlamaktır.

4.2.2. Araştırmanın Önemi

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2017 yılını “Kalkınma İçin Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Yılı” olarak ilan etmiş ve turizm faaliyetleri ile kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın sağlanması, istihdamın artırılması, yoksulluğun azaltılması, kaynakların etkin kullanımı, çevrenin korunması, iklim değişikliğinin önlenmeye çalışılması, kültürel değerler ile çok kültürlülük ve kültürel mirasın korunması ve ayrıca karşılıklı hoşgörü, anlayış, barış ve güvenliğin sağlanmasının teşvik edilmesi amaçlanmıştır (UNWTO, 2016). Turizm sektörü küresel

ölçekte, 109 milyon istihdam yaratmakta, ekonomiye 2,3 trilyon dolar katkıda bulunmakta ve küresel ekonominin gelişmesinde önemli bir faktör olarak rol oynamaktadır. Ayrıca dünya GSYİH'nin %10,2'si turizm sektörü tarafından üretilmekte ve her 10 işyerinden birinin sektör ile ilişkisi bulunmaktadır (UNWTO, 2016; UNWTO, 2017; WTTC, 2017). Burada ifade edilen veriler turizmin oldukça dinamik ve dünyada hızla büyüyen bir sektör özelliğine sahip olmasının kalkınma açısından değerlendirilmesini de zorunlu hale getirmektedir. Bu çerçevede ülkelerin turizm faaliyetlerinin önemini fark ettikleri ve kalkınma süreçlerinde turizm sektörünü bir araç olarak kullanmaya başladıkları görülmektedir.

Turizm sektörünün ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan birçok olumlu etkileri bulunmaktadır. Turizm sektörü yoğunlaştığı bölgelerde istihdam, döviz geliri, yatırım artışı ve yerel halka ek gelir imkanı sağlamakta, bölgedeki diğer sektörlerin canlanmasına yardımcı olmakta, bölgenin altyapı ve üstyapısını iyileştirmekte ve daha birçok avantaj sunmaktadır. Turizm sektörünün ortaya çıkardığı olumlu etkiler bölgelerarası eşitsizliğin giderilmesi ve bölgesel kalkınmanın sağlanması açısından oldukça önemli ve teşvik edicidir. Turizm sektöründen faydalanarak kalkınmayı sağlamak için bölgedeki turizm potansiyelinin değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle, Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolünü incelemek ve Kayseri ilinin turizm potansiyelinin turizme kazandırılması ve bölgenin kalkınması için oluşturulacak politikalara yönelik öneriler ortaya konulması açısından bu çalışma önem arz etmektedir.

Turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisini araştırmaya odaklanan ulusal literatür incelendiğinde, Erzurum örneği (Karadabağ, 1997; Sağlık 2011); Isparta örneği (Durgun, 2006); Nevşehir örneği (Tunçbilekli, 2006); Osmaniye örneği (İzgi, 2007); Bozcaada örneği (Demiral, 2012); Amasya örneği (Şeker, 2011); Türkiye örneği (Çağıl, 2012); Beypazarı örneği (Soner, 2013); Balıkesir örneği (Susan, 2016); Safranbolu örneği (Şamata, 2016); Mardin örneği (Boz, 2016); Sakarya örneği (Akdemir, 2018); Ayder bölgesi örneği (Çakır, 2018); Eskişehir örneği (Dinçer, 2018); Mevka örneği (Gözüela, 2018); Giresun örneği (Güner, 2018); Adıyaman örneği (Ukav, 2012); Doğu Karadeniz bölgesi örneği (Künü, Hopoğlu, Gürçam ve Güneş, 2015); Isparta ve Burdur örneği (Doğan ve Yıldız, 2007) gibi birçok çalışmaya rastlanılmıştır. Diğer yandan literatür incelendiğinde, Kayseri örneğinde bölgesel kalkınma ile üretim, girişimcilik,

resmi ve özel kurumlar arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik az sayıda çalışma tespit edilmiştir (Akkurt, 2007; Çelik, 2007; Hovardaoğlu, 2009; Baykal, 2010; Taşkın, 2013; Aytekin, 2013). Ancak Kayseri örneğinde turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisini incelemeye odaklanan kapsamlı bir çalışma veya değerlendirme tespit edilememiştir. Bu nedenle, Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolünü değerlendirmeyi ve gelecek açısından önemini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın Kayseri örneğinde ilk defa yapılacağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çerçevede literatür değerlendirildiğinde, turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmasının bölgede istihdamı artırdığı, altyapı ve üstyapıyı geliştirdiği, yeni iş alanları oluşturduğu, diğer sektörleri canlandırdığı, döviz geliri sağladığı, arazi fiyatlarını artırdığı, ekonomik refahı artırdığı (Young, 1976; Getz, 1980; James, 1998; Ritchie ve Hall, 1999; K C ve Gewali, 2014; Rhaman, 2016; Metaxas ve Karagiannis, 2016; Tunçbilekli, 2006; İzgi, 2007; Demiral, 2012; Kavalcı, 2018), yerel halk için ek gelir fırsatı oluşturduğu (Boonpat, 2010), çarpan etkisi ortaya çıkardığı, ekonominin tek bir sektöre bağlı olmasını önlediği (Motumi, 2013), yatırımları artırdığı (Niewiadomski, 2011), satışları artırdığı (Lemos, 2017), bölgelerarası eşitsizlikleri ortadan kaldırdığı, girişimciliği artırdığı (Kamau, 1999; Lv, 2019; Durgun, 2006; Medeuov, 2013; Susan, 2016), vasıfsız kişilere iş imkanı oluşturduğu (Lama, 2012), çevreyi korumayı teşvik ettiği (Neves, 2006), yaşam standartlarını iyileştirdiği (Li, 2005; Homlong ve Springler, 2016), devlete gelir sağladığı (Oladottir, 1992), kültürel mirasın korunmasına yardımcı olduğu, barış ve hoşgörüyü teşvik ettiği (Kaifi, 1998), bölgenin tanıtımını sağladığı (Brenner ve Aguilar, 2002; Soner, 2013) ve böylece bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesinde turizm sektörünün önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır. Buradan hareketle turizm sektörünün bölgesel kalkınma için sağladığı faydalardan Kayseri ilinin hangi düzeyde yararlandığının tespit edilmesi, bu konudaki eksikliklerin ortaya konulması, turizm sektöründeki paydaşların görüşlerinin alınması ve turizm sektörüne dayalı bölgesel kalkınmanın sağlanması için çeşitli politika önerilerinin geliştirilmesi çalışma açısından önem arz etmektedir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

4.3.1. Araştırma Yaklaşımı

Çalışmanın amacı doğrultusunda konuya bütüncül bir şekilde bakmak, konuyu derinlemesine ve çeşitli boyutlarıyla incelemek için çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, araştırmaya konu olan olgu veya olayları kendi doğal ortamları içerisinde yorumlayıcı ve çoklu metotlu olarak inceleyen, anlamlandıran ve araştırmacının karmaşıklığı keşfetmesini, daha iyi anlamasını sağlayan sistematik bir yöntemdir (Denzin ve Lincoln, 2005: 3-4; Creswell, 1997: 14-16; Corbin ve Strauss, 2015: 4; Yin, 2011: 3-9; Kielmann, Cataldo ve Seeley, 2012: 7; Mason, 2002: 3-4; Mohajan, 2018: 21; Ospina, 2004: 1279-1284; Cropley, 2019: 5-10; Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 303-304). Nitel araştırma, mülakat, gözlem, örnek olay, doküman analizi vb. teknikleri kullanarak veri toplayan, sosyal dünyayı daha iyi anlamaya yardımcı olan kavram ve teorilerin geliştirilmesini sağlayan, insanların düşüncelerini, tutumlarını ve davranışlarını daha iyi anlamaya çalışan, mevcut veya ortaya çıkmakta olan kavramlara farklı bakış açısı kazandıran, olayları doğal haliyle açıklayan ve araştırmacıya bütüncül bir perspektif sunan araştırma yaklaşımıdır (Denzin ve Lincoln, 2005: 3-4; Yin, 2011: 3-9; Mohajan, 2018: 7-17). Ayrıca incelenen fenomenin veya olayın derinliklerine ve özüne inme, bilinmeyen keşfetme ve anlamlandırma fırsatı vermesi, fenomenolojik tutumla dünyayı, duyguyu, düşünceyi, algıyı, olguyu veya olayı geniş bir biçimde değerlendirme avantajı sağlaması, az çalışılmış konuları aydınlatma fırsatı sunması ve araştırmacıya esneklik sağlaması nitel araştırmanın avantajları arasında sayılmaktadır (Demirezen, 2019b: 36). Nitel araştırma, sosyal dünyanın ve olayların neden bu şekilde olduklarını anlama hususunda insanlara yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Ayrıca dünyanın sosyal yönleri ile ilgilenmekte, “nasıl” ve “neden” sorularına yanıt aramaktadır (Hancock, Ockleford ve Windridge, 2009: 7; Yin, 2011: 3-9).

Literatür taraması sonucu Kayseri ilinde daha önce turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisini doğrudan araştıran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle, daha önce çalışılmamış bir olguyu veya olayı keşfetmek, herhangi bir sosyal olguyu katılımcıların perspektifinden anlamaya çalışmak, konuyu çok çeşitli boyutlarıyla derinlemesine incelemek ve konuya bütüncül olarak bakabilmek için bu çalışmada nitel araştırma

(*qualitative research*) yaklaşımı benimsenmiş ve nitel araştırma tekniklerinden mülakat tekniği kullanılmıştır (Ospina, 2004: 1279-1284).

4.3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Örneklemin seçilmesinde olasılığa bağlı olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal (amaçlı) örnekleme (*purposeful/purposive sampling*) yöntemi kullanılmıştır. Yargısal örnekleme, araştırma konusuna veya problemine kimin daha iyi cevap verebileceğinin ve istekleri karşılayabileceğinin araştırmacı tarafından bilinmesi ve katılımcıların araştırmacının yargısıyla seçilmesidir. Ayrıca yargısal örnekleme, sınırlı kaynakların en etkin ve verimli kullanımı, bilgi yönünden zengin örneklerin belirlenmesi ve seçilmesi açısından nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir stratejidir (Creswell, 1997, 118-120; Yin, 2011: 88; Palinkas, Horwitz, Green, Widom, Duan ve Hoagwood, 2015: 534; Hancock vd., 2009: 21-22; Kielmann vd., 2012: 21-22; Mason, 2002: 134-138; Gentles, Charles, Ploeg ve McKibbin, 2015: 1777-1779). Aynı zamanda örneklemin çeşitlendirilmesi açısından yargısal örnekleme yöntemi oldukça önemlidir.

Kayseri ilinde turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisinin araştırıldığı bu çalışmada, Kayseri ilindeki turizm sektörü paydaşları çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu evrenden seçilecek 20 turizm sektörü paydaşı ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Geniş bir çerçevede düşünülen araştırma örneklemi; otel genel müdürleri, ORAN Kalkınma Ajansı üst düzey yetkilileri, yiyecek-içecek işletmeleri sahipleri, Kayseri Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı, seyahat acentaları ve tur operatörleri üst düzey yöneticileri/sahipleri, Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kent Tarihi ve Tanıtımı Dairesi Başkanı, TÜRSAB Erciyes Bölge Temsil Kurulu Başkanı, Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Şube Müdürü, Erciyes A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı, hediyelik eşya işletmesi sahibi, yöresel ürün işletmesi sahibi, akademisyen ve yerel halk gibi çeşitli turizm sektörü paydaşlarından oluşmaktadır.

Rubin ve Babbie (2016), nitel araştırmada en az 3-10 kişi ile mülakat yapılmasını önermektedir. Denzin ve Lincoln (1994), en az 6 kişi ile mülakat yapılmasını önerirken, Kuzel (1992) en az 6-8 kişi ile mülakat yapılmasını önermekte ve genellikle 12-20 kişiden oluşan veri kaynağının gerekli olduğu belirtilmektedir (Kuzel 1999). Corbin ve Strauss (2015), örneklem boyutunun 6 kişiden fazla olmasını belirtmiş ve en az 6 kişi ile mülakat yapılmasını önermiştir. Morse (2000), en az 6-10 kişi ile mülakat yapılmasını

önermektedir. Charmaz (2011), en az 10 kişi ile mülakat yapılması gerektiğini belirtmiştir. Bertaux (1981), tüm nitel araştırmalarda örneklemin en az 15 kişiden oluşması gerektiğini ifade etmiştir. Creswell (1997) ise 10 kişi ile mülakat yapılmasını yeterli bulmaktadır. Marshall, Cardon, Poddar ve Fontenot (2013) ise en az 15 kişi ile mülakat yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Mason (2010), doktora tezlerini incelediği çalışmasında, nitel araştırmalarda mülakat için en yaygın örneklem boyutlarının 20 ve 30 kişiden oluştuğunu tespit etmiştir. Bu nedenle, bu çalışmada 20 turizm sektörü paydaşı ile mülakat yapılmasının örneklem boyutu açısından yeterli olduğu ve araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlama açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.

4.3.3. Araştırma Verilerinin Toplanması

Kayseri ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolü paydaşlara yönelik yapılan yarı yapılandırılmış mülakat (*semi-structured interview*) tekniği ile incelenmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinde araştırmacı sormayı planladığı soruları önceden hazırlamakta ve görüşmenin akışına göre görüşmeye çeşitli sorular ekleyerek konuyu detaylı bir şekilde araştırabilmektedir (Corbin ve Strauss, 2015: 39; Kielmann vd., 2012: 24-28; Hancock vd., 2009: 16-17; Cropley, 2019: 99-100; Ekiz, 2003; Öztürk, 2014: 162-166; Coşkun vd., 2015: 94). Yarı yapılandırılmış mülakattan oluşan nitel bir araştırma, konunun tarafsız, çok ayrıntılı ve bütüncül bir perspektiften incelenmesine fırsat tanımaktadır (Tsaur ve Lin, 2014: 30). Literatürde de bu konu ile ilgili nitel araştırma yaklaşımını benimsemiş ve mülakat yöntemi ile veri toplamış birçok örnek niteliğinde çalışma bulunmaktadır (Li, 2005; Boonpat, 2010; Motumi, 2013; Niewiadomski, 2011; Dana, Gurau ve Lasch, 2014; Lama, 2012; Neves, 2006; Rhaman, 2016; Abbasov, 2015; Bessiere, 2013; Metaxas ve Karagiannis, 2016; Soner, 2013; Dinçer, 2018; Gözüela, 2018).

Araştırma verilerinin toplanması için yarı yapılandırılmış bir mülakat formu oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulurken araştırmanın amaçları doğrultusunda daha önce hazırlanan tez, makale, bildiri vb. ampirik ve teorik çalışmalar dikkate alınmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında özellikle literatürdeki bazı çalışmalardan (Li, 2005; Boonpat, 2010; Motumi, 2013; Lemos, 2017; Geetha, 2015; Cihangir, 2016; Durgun, 2006; Şeker, 2011; Susan, 2016; Gözüela, 2018)

ve konu hakkında uzman akademisyenlerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Bunun sonucunda, akademisyenlerin kontrolünden geçen yarı yapılandırılmış mülakat formu tekrar şekillendirilerek mülakat sorularının katılımcılar tarafından doğru bir şekilde anlaşılabilirliği sağlanmıştır. Mülakat formu EK 12’de gösterildiği gibi, altı adet demografik bilgilere yönelik soru, yirmi adet ise turizm odaklı kalkınmaya yönelik soru olmak üzere toplamda yirmi altı adet sorudan oluşmaktadır. Katılımcılar mülakat hakkında önceden bilgilendirilmiş, mülakatlar yapılmadan önce katılımcılara kişisel bilgilerin gizli tutulacağı belirtilmiş ve katılımcılara verilen güven ile samimi bir ortam oluşturularak mülakat sorularına objektif bir şekilde cevap vermeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Mülakatlar 10 Mart-9 Nisan 2020 tarihleri arasında yapılmıştır. Mülakatlar katılımcıların yer aldığı işletme, kurum ve lokasyonlarda yapılmış ve her bir mülakat yaklaşık olarak 55 dakika sürmüştür. Ayrıca, her bir mülakat ses kaydına alınmış, yapıldığı gün içerisinde eksiksiz olarak transkript edilmiş ve olası bir hata ile karşılaşmamak için sürekli olarak kontrol edilmiştir.

Araştırmada literatür taraması, doküman analizi ve gözlem gibi yöntemler de kullanılmıştır. Literatür taraması, araştırma probleminin kaynağını ve içeriğini ortaya çıkarmaktadır (Wiersma, 1995: 406). Literatür taraması eksikleri ve boşlukları doldurmada ve daha önce yapılmış çalışmaları zenginleştirmekte ve genişletmektedir (Marshall ve Rossman, 1989). Teorik çerçevenin oluşturulması, belirli olguları tespit etmeyi ve bu olguları sınıflandırarak bazı iç tutarlılığı olan örüntülere ulaşmayı sağlamaktadır (Öztürk, 2014: 78). Araştırmada kavramsal çerçevenin ortaya konulması ile teorik yapıya katkı sağlanması son derece önemlidir (Berber, 2017: 73). Teorik yapı tüm çalışma için bir iskelet oluşturmakta (Creswell, 1994: 87-88) ve bir araştırmanın felsefi, metodolojik, epistemolojik ve analitik olarak yapısının nasıl tanımlandığını göstermektedir. Ayrıca çalışmanın teorik yapısı araştırmacıya rehberlik ederek, araştırılan konunun özüne inilmesini ve değişik boyutlarla incelenmesini sağlamaktadır (Adom, Hussein ve Agyem, 2018: 438). Doküman analizi sosyal bir araştırma yöntemidir, ayrıca önemli bir araştırma aracı olan doküman analizi, fenomenin incelenmesinde araştırmanın ayrılmaz bir parçasını teşkil eder. Doküman analizi aynı zamanda, çalışmayı güçlendiren güvenilir, etkili ve verimli bir yöntemdir (Bowen, 2009; O’Leary, 2014). Araştırmada kullanılan diğer yöntem ise gözlemdir. Gözlem, olayların doğal ortamlarında izlenmesini sağlayan bir veri toplama yöntemidir (Sykes,

1977). Gözlem, araştırmacının ilk elden bilgi toplamasını, objektif ve önyargısız davranmasını sağlamaktadır (Cohen, Manion ve Morrison, 2000). Bu nedenle öncelikle, çalışmanın teorik çerçevesini oluşturmak için konuyla ilgili olarak daha önce yapılmış olan ulusal ve uluslararası literatür, doküman ve diğer belgeler arasında geniş bir kaynak taraması yapılmış, ayrıca internetten konuya ilişkin çalışmalar yapan kurum ve kuruluşların sitelerinde yayınlanan çalışmalar ve istatistiklerden ikincil veri kaynağı olarak yararlanılmıştır. Daha sonra, toplanan ikincil veriler, raporlar, dokümanlar vb. kaynaklar sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Aynı zamanda araştırma sahası gözlemlenerek konu ile ilgili gerekli veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Mülakat yöntemine ek olarak kullanılan bu yöntemler çalışmayı güçlendirmiş ve araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanmasına büyük ölçüde katkı sağlamıştır.

4.3.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmanın başında literatür taraması ile toplanan ikincil veriler, raporlar, dokümanlar vb. kaynaklar sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Ayrıca diğer ülkelerden seçilen örnek destinasyonlar ile Kayseri ili karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Daha sonra gözlem yöntemi ile toplanan veriler konuya uygun olarak analiz edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanan veriler ise betimsel olarak (*descriptive analysis*) analiz edilmiştir. Betimsel analiz, toplanan verilerin belirli temalara göre sınıflandırılması, özetlenmesi, yorumlanması ve sonuçlara ulaşılması sürecini kapsayan bir analiz türüdür. Betimsel analiz dört aşamadan oluşmaktadır; (1) betimsel analiz için çerçeve oluşturma, (2) verilerin tematik çerçeveye göre işlenmesi, (3) bulguların tanımlanması ve (4) bulguların yorumlanmasıdır (Hancock vd., 2009: 24; Coşkun vd., 2015: 324; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Verilerin analizinde, katılımcı görüşleri mülakat sorularına dayalı olarak belli temalar altında kodlanmış, katılımcıların belirttikleri görüşler arasında ilişkiler kurulmuş ve görüşleri destekleyen alıntılar yapılmıştır. Bu işlemlerden sonra analiz işlemine son verilerek araştırma bulgularının yazımına geçilmiştir.

4.3.5. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği sağlamak için katılımcıların gönüllü olmaları sağlanmalıdır (Şimşek ve Yıldırım, 2006; Shenton, 2004). Bu nedenle öncelikle, araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği sağlamak amacıyla katılımcıların araştırmaya gönüllü katılmaları sağlanmıştır. Mülakat sorularının önceki araştırmalarda kullanılmış olması (Yin, 2009: 40-42), araştırma alanı, katılımcılar ve fenomenlerin önceden incelenmesi ve araştırma sırasında gözlem yapılması (Lincoln ve Guba, 1986), araştırmada farklı yöntemlerin kullanılması (Denzin ve Lincoln, 2005), soruların değiştirilerek tekrar sorulması ve fenomenin betimlenmesi (Shenton, 2004), araştırmanın uzman kişi tarafından değerlendirilmesi (Lincoln ve Guba, 1986), araştırmanın bulgularının daha önce yapılan araştırmaların bulguları ile karşılaştırılması (Silverman, 2000) ve araştırmacının nitel araştırma ile ilgili deneyiminin olması (Patton, 2002) gibi faktörler araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanmasında kullanılan önemli kriterlerdir.

Bu çalışmada da araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla yukarıda belirtilen kriterler dikkate alınmıştır. Önceki araştırmalarda kullanılan mülakat soruları dikkate alınmış, araştırma alanı, katılımcılar ve fenomenler önceden incelenmiş ve araştırma sırasında gözlem yapılmış, araştırmada mülakata ek olarak gözlem, doküman analizi ve literatür taraması gibi yöntemler kullanılmış, sorular farklı formda tekrar sorulmuş ve fenomenler betimlenmiş, araştırma uzman kişi tarafından değerlendirilmiş ve araştırmanın bulguları önceki araştırmaların bulguları ile karşılaştırılmıştır. Bunlara ek olarak araştırmacının daha önce nitel araştırma deneyiminin olması da araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğine büyük ölçüde katkı sağlamıştır.

Geçerliliği ve güvenilirliği sağlayan başka bir ölçüt ise katılımcılarının görüşlerinin doğrudan alıntı yapılarak bulgular kısmında verilmesidir. Bu nedenle, katılımcıların görüşleri doğrudan alıntı yapılarak bulgular kısmında sunulmuştur. Araştırma örnekleminin özelliklerinin sunulması, betimleyici istatistiklerin sunulması, veri analizinin kavramsal çerçeveye bağlı bir şekilde yapılması ve veri toplama vb. işlemlerin açıklanması nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması açısından kaçınılmazdır (Öztürk, 2014: 103-109). Bu nedenle, araştırma örnekleminin özellikleri açıklanmış, veri analizi kavramsal çerçeveye uygun olarak yapılmış, bulgular

bölümünde betimleyici istatistikler ifade edilmiş ve araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturma, veri toplama ve analiz işlemleri tamamen gerçeği yansıtan bir şekilde açıklanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliğini sağlamak için belirli süreçler ve işlemler sürekli olarak kontrol edilmiştir. Araştırmada tarafsız yaklaşım, örneklem büyüklüğü, araştırmanın benzer ortamlarda tekrar edilebilmesi, örneklem çeşitliliği, bulguların literatür ile tutarlılık göstermesi ve sonuçların genellenabilirliği de nitel araştırmada geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanmasında önemli ölçütlerdir (Brink, 1993: 35-36; Karataş, 2015: 76-78). Bu çalışmada da geçerliliği ve güvenilirliği sağlamak için araştırma süreci tarafsız olarak yürütülmüş, örneklem büyüklüğüne ve çeşitliliğine özen gösterilmiş ve bulguların literatürle tutarlı olduğu görülmüştür.

4.4. Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde Kayseri'deki 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen mülakat verileri değerlendirilerek, mülakata ilişkin bulgu ve yorumlara yer verilmiştir. Aynı zamanda Bölüm 2.3.'de incelenen ve Kayseri iline yönelik öneriler geliştirilen dünya örneklerine de atıfta bulunulmuştur. Mülakat anında cevaplanan sorular çeşitli başlıklar oluşturularak değerlendirilmiştir. Mülakat yapılan katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilirken katılımcılara numaralar verilmiştir. Toplam 20 katılımcı K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19 ve K20 olarak numaralandırılmıştır.

4.4.1. Betimleyici İstatistikler

Kayseri'deki 20 turizm sektörü paydaşı ile gerçekleştirilen çalışmada, mülakat öncesi katılımcılardan demografik özellikleri istenmiştir. Demografik özellikler ile katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm sektöründe veya bulundukları sektörde çalışma süresi ve Kayseri ilinde çalışma süresi gibi bilgiler elde edilmiştir. Böylece katılımcıları betimleyecek verilere ulaşılmıştır. Katılımcılara ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek/Pozisyon	Turizm Sektöründe veya Bulunduğu Sektörde Çalışma Süresi	Kayseri İlinde Çalışma Süresi
K1	45	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	26 Yıl	3 Yıl
K2	40	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Birimi Başkanı	7 Yıl	13 Yıl
K3	39	Erkek	Yüksek Lisans	ORAN Kalkınma Ajansı/Kayseri Yatırım Destek Ofisi Koordinatörü	7,5 Yıl	7,5 Yıl
K4	57	Erkek	Lise	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	36 Yıl	19 Yıl
K5	45	Erkek	Lisans	Kayseri Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı/Organizasyon Şirketi-Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl Üzerinde	10 Yıl Üzerinde
K6	32	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Muhasebe Sorumlusu	8 Yıl	7 Yıl
K7	40	Erkek	Lise	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Genel Müdür	18 Yıl	18 Yıl
K8	37	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/İşletme Sahibi	12 Yıl	12 Yıl
K9	41	Erkek	Yüksek Lisans	Kayseri Büyükşehir Belediyesi/Kent Tarihi ve Tanıtım Dairesi Başkanı	16 Yıl	10 Yıl
K10	35	Erkek	Lisans	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü/Yönetim Kurulu Başkanı/TÜRSAB Erciyes Bölge Temsil Kurulu Başkanı	15 Yıl	15 Yıl
K11	43	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	29 Yıl	4 Ay
K12	46	Kadın	Lisans	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü/Şube Müdürü	25 Yıl	7 Yıl
K13	49	Erkek	Lisans	Otel Genel Müdürü	25 Yıl	5 Yıl
K14	49	Erkek	Doktora	Erciyes A.Ş./Yönetim Kurulu Başkanı	10 Yıl	10 Yıl
K15	40	Kadın	Önlisans	Otel Genel Müdürü	20 Yıl	20 Yıl
K16	30	Erkek	Lise	Hediyelik Eşya İşletmesi Sahibi	15 Yıl	15 Yıl
K17	20	Erkek	Lise	Yöresel Ürün İşletmesi Sahibi	3 Yıl	3 Yıl
K18	48	Erkek	Lisans	Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahibi	30 Yıl	30 Yıl
K19	34	Erkek	Doktora	Akademisyen	10 Yıl	10 Yıl
K20	26	Erkek	Yüksek Lisans	Yerel Halk/Öğretmen	2 Yıl	2 Yıl

Tablo 16 incelendiğinde, toplamda 20 katılımcıdan ikisi 20-30 yaş aralığında, altısı 30-40 yaş aralığında, on bir katılımcı 40-50 yaş aralığında ve bir katılımcı ise 50-60 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların on sekizi erkek, ikisi de kadındır. Böylece erkek katılımcıların daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından incelendiğinde, dört katılımcının lise, bir katılımcının önlisans, dokuz katılımcının lisans, dört katılımcının yüksek lisans ve iki katılımcının ise doktora eğitimine sahip olduğu ifade edilebilir. Meslek/pozisyon açısından incelendiğinde, turizm sektörü paydaşı olarak seçilen katılımcıların çoğunlukla üst düzey görevlerde yer aldıkları görülmektedir. Turizm sektöründe veya katılımcıların bulundukları sektörde çalışma süreleri incelendiğinde, iki katılımcının 1-5 yıl arasında, üç katılımcının 5-10 yıl arasında, dört katılımcının 10-15 yıl arasında, dört katılımcının 15-20 yıl arasında ve yedi katılımcının ise 20 yıl ve üstü sektörde çalışma tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Çalışma süreleri incelendiğinde ise dört katılımcının 1-5 yıl arasında, dört katılımcının 5-10 yıl arasında, altı katılımcının 10-15 yıl arasında, dört katılımcının 15-20 yıl arasında ve iki katılımcının ise 20 yıl ve üstü Kayseri ilinde çalışma tecrübesine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu verilere göre katılımcıların çeşitliliği, eğitim durumu, mesleği/pozisyonu, turizm ile ilgili yetki ve sorumlulukları, sektörde ve Kayseri ilinde çalışma tecrübesi mülakat yöntemi ile toplanan araştırma verilerinin doğruluğu, güvenilirliği ve geçerliliğine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır.

4.4.2. Mülakatların Analiz Edilmesi

Bu bölümde araştırmanın amacına bağlı olarak toplanan veriler çeşitli başlıklar altında incelenmiş ve ortaya çıkan bulgular yorumlanarak analiz edilmiştir. Analiz sırasında katılımcıların görüşleri arasında ilişki kurulmuş ve görüşleri karşılaştırılmıştır. Aynı zamanda temalar mülakata katılanlara yöneltilen sorulardan oluşturularak değerlendirilmiştir. Ayrıca katılımcıların görüşleri, Bölüm 2.3.'de değerlendirilen dünyadan seçilen örnek destinasyonların uygulamaları ile karşılaştırılmıştır.

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri İline Yönelik Sosyo-Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Faydaları

Araştırmanın katılımcıları Kayseri'de gelişmeye başlayan turizm faaliyetlerinin birtakım olumlu sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalar ortaya çıkardığını belirtmektedir. (1) Sosyo-ekonomik faydalar; şehre dışarıdan para girdisi sağlaması,

istihdam ve gelir fırsatları oluşturması, diğerk sektörleri canlandırması, yatırımları artırması, döviz girdisi sağlaması, satışları artırması, alternatif bir sektör görevi görmesi ve şhrin uluslararası piyasada daha fazla yer almasını sağlaması olarak ifade edilmektedir. (2) Sosyo-kültürel faydalar; Kayseri'nin bilinirliğı, markalaşma ve tanıtımını artırması, şhrin imajına ve şhrin değerklerinin (yöresel ürünler, tarihi ve kültürel değerkler vb.) tanıtılmasına yönelik pozitif katkılar sağlaması, insanların ufkunu genişletmesi, toplumun dışa dönük (sosyal ilişkileri güçlü) bir yapıya dönüşmesini ve insanların networklerini (sosyal ağlarını) geliştirmesine katkıda bulunması, sosyalleşme, kültürel kaynaşma ve kültürel etkileşimi sağlaması, insanlara aidiyet duygusu ve yeni veya farklı bir bakış açısı kazandırması, tarihi ve kültürel değerklerin korunmasını sağlaması, insanların bilinçlenmesine katkıda bulunması, sosyal renklilik oluşturması, yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi ve şehirde bulunan turizmle ilgili tüm unsurların veya süreçlerin (işletme, ürün veya hizmet vb.) kalitesinin artırılmasını teşvik etmesi olarak sıralanmaktadır. (3) Çevresel faydalar ise çevrenin temiz ve bakımlı tutulmasını teşvik etmesi, doğanın korunmasını sağlaması, çevre düzenlemesi ile altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik etmesi olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda katılımcılar bu faydaları şu şekilde ifade etmektedir:

K1. “Sonuçta şehirde olmayan bir paranın girdisi var. Bundan dolayı istihdam, ulaşım, şehirde olmayan bir paranın bir girdisi var bundan dolayı da ekonomik olarak çok büyük katkısı oluyor. Sosyal olarak insanların başka insanlarla çalışması, genişlemesi, kendi sosyal ağlarını geliştirmesi var. Kültürel anlamda başka kültürlerle çalışma, yani dünyaya açılıyorsunuz... Çevresel faydaları da gelen turistler sayesinde ortalık daha temiz, daha güzel, daha net, bakımlı.”

K2. “Gelir oluşturuyor, Kayseri'nin bilinirliğini artırıyor, istihdam oluşturuyor, kırsalda yaşayan bireylerin alternatif geçim kaynağı oluyor, insanlar için psikolojik aidiyet duygusu kazanmalarına sebep oluyor, mevcut kültürel değerklerin korunmasını ve yaşatılmasını sağlıyor, eserler korunurken veya doğal güzellikler korunurken çevresel olumsuz faktörlerin bertarafına zemin oluşturuyor, özellikle doğa turizminde ve sürdürülebilir büyümeyi sağlıyor.”

K3. “...yemek için şehre iniyorlar, yemeğin dışında alışveriş merkezlerine iniyorlar. Bu şekilde giderse ekonomiye faydası %25, Kayseri ekonomisine

faydası... Farklı kültürlerden insanları görmek, onları tanımak, halk içinde ufuk açıyor. Bir şeyin yapılışını farklı bir tarzda gördüğü zaman, taşıdığı bir çanta bile buradaki kızların, okuduğu kitap bile buradaki gençleri etkileyebiliyor. Hatta buraya gelip de turist alışverişte olsun şurada burada olsun farklı bir yaşam şekli sergilediği zaman insanlar diyor ki Avrupalılar bu olaya böyle bakıyor diye, bilinçlenmiş oluyor aslında, bu tarz avantajları oluyor. Erciyes'te özellikle mesela turistlerin geçeceği bölgelerdeki çöpler düzenli olarak Erciyes A.Ş. tarafından kontrol ediliyor, oraların temizliği. Esenyurt'tan Hisarcık'a kadar olan yol sürekli bakım halinde en ufak bir göçme durumu falan göremezsiniz, anında yapılıyor. Yani sürekli bakım yapıyorlar, Hacılar tarafı yine aynı şekilde titizlikle korunmaya çalışılıyor..."

K4. "Turizm sektörü lokomotif sektörlerden biri, birçok diğer sektörü peşinden sürüklüyor. Mesela otel yapacaksın inşaat sektörünü tetikliyorsun, ondan sonra gıda tüketiyorsun gıda sektörüne, tarıma, gıda üreticilerine faydan var, ulaşımaya faydan var, hediyelik eşya sektörüne faydan var, bunun gibi aklınıza gelen birçok sektöre faydası var... Hem sosyal anlamda hem istihdam anlamında ve kültür alışverişi, Kayseri için mevcut kültürel değerlerin, tarihi eserlerin, doğal güzelliklerin korunması, geliştirilmesi, buraların ziyarete hazır tutulması şüphesiz ki faydası var."

K5. "...Erciyes dağ turizmi geçen yıl Ocak ayı verilerine göre toplam 6 bin turist gelmişti, bu yıl 12 bin Ocak ayında. Yıl bazında bakacak olursak geçen yıl 22 bin turist ziyaret etmişti Erciyes'i, bu yıl 50 bin turist gelmesi bekleniyor. Bilhassa kayak turizmi ve yabancı misafir haliyle geldikleri şehirlerde alışveriş imkanları en yüksek olan turizm kitlesi, misafir kitlesi. Bu büyük bir ihtimalle şehrimizin AVM'lerinde, butik restaurantlarında ciddi anlamda gelir bırakıyorlar. Ortalama 1000 dolar gibi mesela 22 bin turist gelir sağlasa bize 22 milyon dolarlık bir şehre katkı sağlayacak. Bunun 50 bine çıktığını düşünürsek 50 milyon dolar, 50 milyon dolar çarpı 6 desek 300 milyon ₺, bu ciddi bir rakam yani. Tabii ki yerli turizmin hareketinden bahsetmiyoruz daha. Yerli turizmin de hareketi var. Nihayetinde şehrimize giren bir işte otellerimize, tesislerimize, AVM'lerimize çok güzel bir gelir sağlıyor. Biz turisti çekelim şehrimize ki hepimiz istifade edelim mantığı da oluşmaya başladı. Kültürümüz de değişiyor

bununla beraber. Çevre düzenlemesi, altyapı hazırlığı mesela Sultan Sazlığı bakir bir alandı, haliyle çevresel faktörlerden bağımsız böyle kendi halinde izbe bir yerdi. Şu anda fotoğraf sanatına orası çok büyük hizmet ediyor. Haliyle gelen giden misafirler, yerli, yabancı fotoğraf sanatçıları burayı keşfedince burada bir altyapı oluşturmak gerekiyor, bir çevre düzeni gerekiyor, haliyle tesisler gerekiyor, bence bunların oluşumları çevre açısından çok önemli. Yollar gerekiyor, altyapı, restaurantlar, nihayetinde halkın geldiğinde rahat edebileceği görsellik kazandıracak birtakım altyapı çalışmaları yapılıyor. Turizm her haliyle çevre faktörlerini etkiliyor ve geliştiriyor diye düşünüyorum. Doğallık tabi güzeldir, dağı tamam doğal bırakırsınız ama bir yandan da altyapıyı hazırlamanız gerekir. Kimsenin gitmediği yer bizim değil... Çevresel faktörleri destekliyor diye düşünüyorum turizmin.”

K 8. “Buradaki restaurantlar, AVM’ler olsun, kapalı çarşıdaki esnaf olsun, sucukçu, pastırmacı, küçük esnaf, büyük esnaf hepsine ekonomik anlamda faydası oluyor turizmin. Erciyes Dağımızın kış aylarında, ölü sezonlarda, kış aylarında mesela ekonomiye büyük katkısı var. Oteller, ulaşım araçlarına büyük katkıları var ekonomik anlamda. Kayseri biraz muhafazakar bir kesim, turistlerin gelmesi ile yerli, yabancı turistlerin gelmesi ile biraz daha sosyalleşme anlamında farklılıklar gözle görülür derecede artmakta. Tabi insanların dışarıdan gelen turiste davranışlarındaki değişimler yavaş yavaş olmakta, olumlu katkıları büyük... Gelen turistlere yönelik peyzaj olsun, ağaçlandırma olsun, güzelleştirme olsun, çevre anlamında turizmin olumlu katkısı var.”

K 10. “Ekonomik olarak turizm her zaman her yerde etkilidir. Kayseri’de de olduğu gibi Erciyes Dağı’nın olması katkı sağlıyor. Kış dönemlerinde bu sene 40 bin civarında turist geldi, yabancı turist. Yerli turist de bir o kadar, daha fazlası. Onun için bütün sektörlerde alışveriş yerlerinde, AVM’ler, restaurantlar, oteller ciddi anlamda bir gelir elde etti, bu da insanları tatmin ediyor ve turizmle daha çok ilgilenmelerini artırıyor. İnsanlar yabancılarla, dışarıdan gelen turistlerle etkileşim içerisine giriyorlar, bu şekilde de hem halk hem de çalışanlar, turizm emekçileri vizyonları gelişiyor ve turiste daha önce farklı gözle bakan insanlar şu anda daha farklı bakarak turizmi geliştirme yoluna gidiyorlar. Yerel

yönetimler ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü çevrenin, doğanın korunması için, yıpranmaması için ve bu faaliyetlerin artması için sürekli aksiyonlar yapıyorlar.”

K 12. “Yurt dışından gelen yabancı özellikle turistlerin ilimize en büyük faydası döviz bırakması, ilimizin bu vesileyle dışarıdaki ülkelerde turizm faaliyeti olarak tanıtılması ve turizm şehri haline dönmesi, toplumsal açıdan baktığımızda da sizin ona, onun diğerine, diğerinin diğer kişiye söylediği kulaktan dolma mantığıyla gittiğimiz zaman birçok kişiye ulaşabilmek bu işin toplumsal kısmı. İlimizde Orman İşleri Genel Müdürlüğü Milli Parklar alanı olarak ilan ettiği, korumaya aldığı çok Milli Parklar, Kapuzbaşı Şelalesi, Sultan Sazlığı, Milli Parklar da koruma altında, aynı zamanda Kültepe Kaniş’e gittiğimiz zaman Kültepe Kaniş 7 bin yıllık geçmişi ile Asurlular’dan günümüze kadar gelen en önemli ticaret merkezi, UNESCO dünya miras listesinde biz bunların hepsini düşündüğümüz zaman ciddi bir turizm noktası.”

K 13. “...Direk, doğrudan faydalı olduğu konu şehre turizm dolayısıyla şehrin otellerine, restaurantlarına, kayak merkezine doğrudan para getirmesi şeklindedir. Dolaylı faydaları ise tabii ki turizm 60’a yakın, yani bir otel 60’a yakın birbirinden farklı sektörü besler, aynı anda bunların hepsi bundan fayda sağlar. Sadece turizm veya turizmle ilgili olanlar değil, turizmle hiç ilgisi olmayan sektörler bile buraya gelen turistlere yaptıkları satışlardan dolayısıyla fayda sağlayacaklardır. Öbür taraftan yabancıların bu şehri tanımaları, bu şehirde üretilenleri tanımaları, bu şehrin sanayisini de tanımaları sebebiyle buradan başka ekonomik faydaların da oluşmasına aracı olabilirler. Kayseri’nin yabancı kültürlerle, değişik kültürlerle teması, Kayseri’nin kültürünü de sosyal şeyinde değişimlere sebep olacaktır, ama olumlu sebep olacaktır. Olumsuz bir şey getirmez.”

K14. “Yurtdışından gelen turistlerin konaklama, kiralama, bilet, hatıralık eşya satın alması gelir sağlıyor, sosyo-ekonomik canlılığı artırıyor. Milli ve uluslararası markalaşmayı, bilinirliği artırıyor. Turistlerin turizm merkezlerini kullanma ihtimali artar. Turistler alışılmış sosyal hayatı canlandırma, sosyal renklilik, kültürler arası etkileşimle nüfusun heterojenleşmesini sağlar. Şehirdeki hizmet üreten otellerin, işletmelerin kalitelerinin artmasını sağlar.”

K16. “Değişik insanları tanımak... Sürekli değişik müşterilerle tanışmak. İnsan ne kadar turist gelirse o kadar da bir yabancı dil öğrenmeyi istiyor... Öğrendiğin yabancı dili biraz daha ilerletmene yardımcı oluyor.”

K17. “Erciyes Dağı’na kışın Rus, Polonyalı turist çok geliyor. Bu yönden kışın biraz olumlu faydaları oluyor, yazın da gelen gurbetçiler sayesinde daha çok iş yapmış oluyoruz. ...Gelen turist sıralı dükkanları geziyor, alışveriş yapıyor. Biz biraz daha yabancı dil öğrenmeye gayret ediyoruz turistler geldikçe...”

K19. “Kayseri direkt olarak turizmden beslenen bir şehir değil, ama son yıllarda Kayseri’de Erciyes Dağı’nın yapmış olduğu çekim ile ekonomik olarak ciddi etkiler yarattı, gerek şehir merkezinde gerek dağda olsun esnaf üzerinde olumlu etkileri var. Aynı zamanda gastronomi turizmi de canlandı, gastronomi turizmi olunca bu bölgenin yiyecek-içecek ürünleri olan pastırma, sucuk, mantı da daha fazla satılmaya başlamıştır diye tahmin ediyorum. ...insanların bakış açısı değişiyor, turistlerle daha fazla kaynaşıyor, daha öncelerinde içine kapanık bir toplum yapısı varken, şimdi dışa dönük bir toplum yapısı var... Mesela çevre alanlarını turistler gelecek diye belediyecilik daha fazla önem veriyor. Belediyeler farklı farklı alanlar oluşturuyor, turistlerin özellikle yoğun olduğu yerlerde başta Erciyes Dağı olmak üzere çeşitli alanlarda çeşitli etkinlikler yapılıyor. Aynı zamanda çevrenin de temiz tutulması sağlanıyor.”

K20. “Önce Kayseri’nin yerel esnafının kalkınması açısından önemli, Kayseri’nin dünyaya açılıp küresel piyasada yer alması açısından önemli, ürün tanıtımlarının artmasıyla ekonomik gelirlerin artışı sağlanıyor. Türk kültürünün dünyaya tanıtılması açısından, bir de kültürel kaynaşma açısından faydalı... İnsanlar doğal değerlere pragmatik baktığı için turist çeken, gelir getiren doğal alanlar bundan dolayı daha çok korunup özen gösterilmektedir. Mesela Kapuzbaşı Şelaleleri yerli ve yabancı turistler gelmeye başlayınca, çevre düzenlemesi yapıldı, yolu yapıldı.”

Turizm Endüstrisinin Kayseri İlinin Gelişmesine Yönelik Katkısı

Katılımcılar çoğunlukla turizm faaliyetlerinin Kayseri’ye sağladığı sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalara vurgu yaparak turizm sektörünün Kayseri’nin

gelişmesine katkı sağladığını belirtmektedir. Bazı katılımcılar ise bu konuda turizmin etkisinin az olduğunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Fazlasıyla var, öncelikle ekonomik yönden geliyor, istihdam artıyor, ondan sonra ticaret artıyor, arkasından şehrin adı duyulmaya başlıyor ve insanların para harcaması, şehirde para harcaması ortaya çıkıyor. Mesela şu an üç tane uçak var Rusya’dan ve Polonya’dan gelen, Kayseri’de planlanmayan para oluyor ve bu da girdisini yapmış oluyor, dövizini rahatlatıyor.”

K2. “Erciyes Dağı yabancı turist getiriyor, sayı giderek artıyor, havaalanı doluluk oranları arttığı için Kayseri’ye daha sık seferler yapılıyor. Daha sık sefer yapılması ulaşılabilirlik parametresini iyileştiriyor. Gelirler oteller vasıtasıyla artıyor, bir de çalışanlara genele yayılmış bir şekilde gelir seviyesi sağlıyor.”

K8. “Tabii ki otellerimizin, esnafımızın, kapalı çarşısındaki sucukçudan tutun da işte her türlü esnafın gelir kapısı, artı bir gelir kapısı.”

K10. “Var tabii ki, bacasız sanayi sonuçta turizm, böyle olduğu için de her yıl turist sayımız artıyor ve geliyor bu sayede de.”

K12. “Tabii ki, sadece turizm geliri olarak düşünmeyeceksiniz, buraya gelen her turistin getirdiği döviz milli hasıla gideri içinde nasıl ekonomiye faydası var, sadece dağda konaklamıyor, şehre indiği zaman işte Kayseri’nin yöresel ürünlerinden alıyor, onları gönderiyor, bunların hepsi götürüyor, bunların hepsi ekonomiye de aynı zamanda gelen turistin faydası...”

K 13. “Tabii ki var, mesela bir arkadaşımız Ukraynalı, geldi bir akrabası oyuncak üreticisi, bütün dünyaya oyuncak satıyor, Amerika’ya da çok büyük ihracat bağlantısı varmış ama oyuncakın parçalarından bazılarını üreten, önemli parçalarından bazılarını üreten bir metal üreticisi Çin’de, dolayısıyla parçayı ürettiremiyorlar, çünkü fabrika çalışmıyor. Bunu nerede ürettirebiliriz. Buradan Kayseri’den sanayiden araştırdık, şu anda prototiplerini yapma aşamasına kadar geldiler, Kayseri sanayisinden alacaklar. Bu nasıl oldu? Sürekli buraya kayak için gelip giden bir turistten hiç ilgisi olmayan bir metal üreticisine iş çıktı...”

K 14. “Tabii ki var. ...Erciyes Turizm Master Planı’ndan sonra tüm dünyadan Kayseri’ye yerli ve yabancı turist gelmeye başladı, bunun yanı sıra restaurantlarda, otellerde hizmet almaları, Kayseri’yi gezmeleri şehre turizm hareketliliği getirdi. Turistler yurtdışında Kayseri’nin PR ve reklamını yaptılar. Avrupa Kupaları ve Dünya Kupaları gibi organizasyonların düzenlenmesi de ekonomiye ciddi katkı sağladı.”

Bazı katılımcılar da turizm sektörünün Kayseri ilinin gelişmesine yönelik katkılarının az olduğunu ifade ederek bu katkıyı artırmak için yatırımların ve çeşitli uygulamaların yapılmasının gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bölüm 2.3.’de incelenen örnek destinasyonlarda da bu uygulamalara ağırlık verilmiş ve başarılar elde edilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K3. “Şu an için çok cüzi, çünkü Kapadokya bölgesine gitmek için Kayseri’ye uğruyorlar, sadece turistler, normal mevsimlerde burası geçiş yeri havaalanı burada diye buraya iniyorlar, buradanda geri dönüyorlar. Fakat onun dışında Kayseri’ye gelen turist kayak yapmaya geliyor. Kayakçılar geliyor, onun da Kayseri ekonomisine katkısı %25 ile sınırlı kalıyor. Bizim burada Kapadokya gibi günlerce kalıp vakitlerini geçirebilecek ortamları yok şu an maalesef. Ama ne zaman ki örnek veriyorum Kapuzbaşı’nda bungalov evleri yapıp oradaki kişiler yazları ateş yakıp kendi başlarına konaklama yapabilecek, ne zaman ki yıllık atlarına binip Hürmetçi’de oradaki mandaları izleyebilecek, orada çadırlarda kalabilecek, Sultan Sazlığı’nda mesela kendi çadırlarını kurup günlerce kuşları gözlemleyebilecek, fotoğraf çekebilecek, aynı zamanda orada günübirlik turlarla Kapuzbaşı’nı, Soğanlı’dan balona binip Koramaz Vadisi’ni gez, Mimar Sinan’ın evini gör gibi böyle küçük turlarla iş yapabilecek, günlerini burada geçirebilir hale gelirse işte asıl o zaman turizm konusunda para harcamaya yönelik Kayseri ekonomisine katkı yapmaya başlayabilecek ve bunlar uzun süredir katkı sağlayacak diyelim, ama gerekli yatırımlar yapıldığında.”

K9. “Şu anda çok yok, ama gerekli altyapılar hazırlanıyor, mesela Erciyes’te ciddi anlamda turist potansiyeli var, geliyor, ama tesisler şu anda talebi karşılayacak yoğunlukta değil, bu tesisler arttığında.”

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri İlinin Kalkınmasına Yönelik Sağladığı Faydanın Ölçüsü

Bazı katılımcılar turizm faaliyetlerinin doğrudan ve dolaylı faydalarına atıf yaparak turizm sektörünün Kayseri ilinin kalkınmasında büyük bir etkisinin olduğunu belirtirken, bazı katılımcılar da turizmin henüz yeni geliyor olmasından ve şehrin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılamamasından dolayı bu etkinin sınırlı veya az olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “İstihdam artıyor, istihdamla beraber üretim artıyor, üretimle beraber daha fazla para kazanma artıyor ve insanlar evlerine ekmek götürebiliyorlar. ...Kayseri’de toplamda 66 tane otel var. Bu 66 otelin, turizmin 59 sektöre direkt ve endirekt katkısı var. Burada yemek verdiğimiz için malzeme alıyoruz, pastırma alıyoruz, sucuk alıyoruz, peynir alıyoruz bu direkt olan, endirekt olan da bunun taşınmasını yapan adam...”

K2. “Büyük ölçüde gerekli, çünkü Kayseri ekonomisi büyük ölçüde sanayiye bağlı, tarım neredeyse yok gibi, sanayiye alternatif oluşturmak açısından turizm muhakkak kullanılmalı.”

K3. “Çok büyük bir ölçüde faydalı olduğunu düşünmüyorum ben, yani orta, orta seviyede, yani kalkınmayı değiştirecek kadar bir turizm potansiyelimiz yok yani, ama ekonomiye ufak ta olsa bir katkısı olacak turizm potansiyelimiz var.”

K4. “En az diğer sektörler kadar faydalı, bir sürü insan istihdam ediyor, katma değer üretiyor, buradaki diğer sektörleri tetikliyor, çalıştırıyor...”

K6. “Turizm Kayseri’nin kalkınma faaliyetlerini genel olarak düşündüğümüz zaman %5’lik bir dilimi herhalde oluşturuyor diye tahmin ediyorum, %5, %10 gibi bir dilimi oluşturuyor diye düşünüyorum, daha fazla olduğunu düşünmüyorum. Turizm alanında çok fazla şirket var, ama küçük bünyeli şirket, çalışan sayısı çok az...”

K8. “Bence turizm büyük bir gelir kaynağı, bacasız sanayi olduğundan dolayı büyük ölçüde katkısı var turizmin.”

K9. “Kalkınmaya şu anda çok büyük bir katkısı yok, ağırlıklı olarak kış turizmi olduğu için insanların çoğu, zamanlarını Erciyes’te geçirdikleri için çok fazla şey yok. Kapadokya’ya gelen turistler de maalesef Kayseri’de havaalanını kullanıyorlar, doğru Kapadokya’ya gidiyorlar şehirde tutulamıyor. Şu anda düşündüğümüz etkisi yok, ama şehirde şu anda ciddi altyapı çalışmaları var ilerleyen süreçlerde 4-5 sene sonra meyvelerini toplayacağımıza inanıyorum.”

K11. “Çok büyük ölçüde faydalıdır. Ancak gördüğümüz kadarıyla Kayseri turizmde hak ettiği yerde değildir, alması gereken payı alamamaktadır. Bunun için de çeşitli çalışmalar yürütülmeli, öncelikle turizmin birçok çeşidi ve alanı olduğu için bunlarla ilgili bir çalışma ortamına girilmeli, sadece kayak turizmine değil, kültür, sağlık, spor, rekreasyon diye tabir ettiğimiz gününbirlik olarak değişik konularda açılım sağlarsa bununla ilgili Kayseri çok büyük bir ilerleme sağlayabilir. Zira bunun için yeterince potansiyeli mevcut.”

K13. “Büyük ölçüde faydalı, turizm %95’den fazla ithalata ihtiyacı olmayan veya yurtdışına para çıkışı olmayan bir sektör. %5’lik bir çıkışı var acente komisyonu, zincir otellere ödenen paralar gibi %5 ile %10 arasında, ama %90 para içeride kalıyor. Kayseri’de toplamda 250 milyon dolarlık otel yatırımı var, 66 tane otel var Kayseri’de, irili ufaklı bunlar 250 milyon dolarlık bir yatırım toplamında.”

K14. “Sadece Erciyes’e kalırsa sınırlı gelişme olur... Tarihi, kültürel, dini motifleri geliştirebilirsek, Erdemli Vadisi gibi... doğal güzellikleri geliştirebilirsek daha büyük ölçüde katkısı olur. Şu an önemli bir etki oluşturuyor.”

Bölgedeki Yerel Halkın Ekonomik ve Sosyal Olarak Turizm Sektöründen Yararlanma Düzeyi

Katılımcılar çoğunlukla turizm sektörünün istihdam ve gelir sağlaması, ürün veya hizmet satışlarını artırması, yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi, sosyalleşmeyi sağlaması, altyapı ve üstyapıyı geliştirmesi ve kültür ve değerlerin tanıtımını sağlaması ile yerel halkın sosyo-ekonomik olarak turizm sektöründen, diğer bir ifade ile turizm sektörünün sağladığı faydalardan doğrudan ve dolaylı olarak yararlandığını ifade

etmektedir. Bu ifadeler turizm sektörünün Kayseri iline sağladığı faydalara ilişkin daha önce değerlendirilen katılımcıların görüşlerini desteklemektedir. Bazı katılımcılar ise yerel halkın turizm kültürü ve bilincine sahip olmamasından dolayı turizmden tam olarak yararlanamadığını ifade etmektedir. Bu durumun turizm sektörünün Kayseri’de henüz yeni gelişmesinden kaynaklandığı da söylenebilir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1. “İstihdamla beraber para harcama gelir, tüketim artıyor, bölgenin değer katan ürünlerini satma olasılığınız ortaya çıkıyor. Pastırma, sucuk ve mantı bölgenin değeri ve buna istinaden ekonomik olarak etkileniyor. Sosyal olarak da durum şu, siz kendi kültürünüzü tanıtıyorsunuz, kendi özgün kültürünüzü ve değerlerinizi tanıtıyorsunuz, katma değerlerinizi tanıtıyorsunuz, misafirperverliğinizi gösteriyorsunuz ve sosyal olarak da halk farklı şeyler görebiliyor...”

K2. “Yerel halk turizmden ekonomik olarak turizm tesislerinde çalıştığı için istihdama sebep oluyor. Esnaflar için ek bir gelir kaynağı olabiliyor. Ama daha çok Kayseri’deki turizmden üst düzey gelir grupları daha fazla yararlanıyor. Kayseri asosyal bir il olarak bilinir. Erciyes Dağı’nın öncelikle kış turizmi kaynaklı insanların özellikle kış aylarında eğlenebilecekleri, vakit geçirebilecekleri bir ortam oluşturuyor, bu da insanların kısmen sosyalleşme ihtiyacını gideriyor.”

K4. “Turistik tesislerde istihdam ediliyor, oralara ürün satıyor, hizmet satıyor, direkt ve endirekt olarak muhtelif şekilde yararlanıyor.”

K5. “Kültürel gelişim sağlanıyor, çok dillilik gerekliliği gençlerimiz tarafından algılanıyor, tesislerimizde, restoranlarımızda dil seviyesi artırılmaya çalışılıyor. Bilhassa işletmelerimiz yabancı dil bilen personel alımı anlamında artık öncelikli, öngörülü davranmaya çalışıyor. Tabii ki turizmin görselliği çok önemli, turizm görselliktir, bu anlamda şehrimizin turizme kazandırılma gayreti hem belediyeçilik hem vilayeti hükümet anlamında gerçekten önem arz ettiği için sosyo-kültürel birtakım çalışmalar yapılıyor, işte festivallerin sayısı artıyor, görsel mekanların sayısı artıyor, konaklama ve dinlenme tesislerinin sayıları artıyor ve nicelikleri geliştiriliyor, bunlar şehrimiz için turizmin ben ciddi

faydaları olduğunu düşünüyorum. ...Yeşilhisar Soğanlı beldesinin bez bebekleri vardır, senede 100 bin kadar soğanlı bebeği satıyorlar, yani o 100 bin bebek o bölgenin ekonomisine büyük bir fayda sağlıyor. Hürmetçi'deki yıllık atları fotoğraf sanatçıları için büyük bir etki oluşturdu... Hürmetçi kahvaltısı şu an meşhur... ...insanlar oraya hafta sonları da hafta içleri de doğal kahvaltı yapmaya, doğal ürünlerden tatmaya gidiyorlar..."

K6. "Çok cüzi bir miktar. Mesela yeni keşfedilen yerler oluyor, son zamanlarda keşfedilen birkaç tane yer var. Oraya hizmet götürebilmek için yol yapılıyor..."

K8. "Bölgedeki yerel halk Kapuzbaşı şelalelerindeki insanlar gelen turistler orada gözleme yapıyorlar veya ürün satıyorlar, Soğanlı Vadisi'nde soğanlı bebekleri satıyor. Yerel halk da gelen turistten, turizmden yarar sağlamakta ekonomik olarak. Mesela Erciyes Dağı'na yapılan harcama, turistlere yapılan harcamadan Kayseri'deki yerel halk da yararlanıyor."

K10. "Doğal olarak tedarikçiler, paydaşlar yararlanıyor, ama paydaşlarla doğal olarak bu çevredeki insanlar etkileşim alıyor."

K11. "Bölgemizdeki yerel halk ekonomik ve sosyal olarak şu an tam anlamıyla yararlanamıyor. Bunun sebebi turizm kültürüne sahip olamamaları bunun için de turizm kültürüne sahip olmaları, turizme katılmaları ve turizmden katma değer sağlayabilmeleri amacıyla halkın bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi için bir çok çalışma yapılabilir..."

K13. "Sosyal olarak henüz iç içe değiller. Ekonomik olarak faydalanmaya başlıyorlar. Mesela yandaki AVM sonbahar geldiğinde esnaf turistler ne zaman geliyor diye soruyor. Çünkü yandaki AVM'nin en büyük gelir kaynağı biziz ve Rus ve Ukraynalılar oradan alışveriş yapıyor. Mesela buraya bir bavulla veya iki bavulla gelip üç bavulla dönen insanlar var, müthiş alışveriş yapıyorlar. Tabii ki halk da bundan ilgili ilgisiz birçok kişinin hiç hesapta yokken alt kattaki eczacı bile kışın en büyük geliri sizin müşterilerinizden Ukraynalılardan yapıyoruz diyor..."

K19. "...turizm sektöründe paydaş olan pek çok yerli vatandaş var, esnaf var, elbette ki buradaki insana faydası oluyor."

K20. "Turizm çalışmaları yetersiz olduğu için yabancı turist konusunda çok fazla yararlanamıyor, yerli turistlere pastırma, sucuk vb. satılıyor, ama yabancılara fazla satılamıyor."

Turizm Sektörünün Gelişimi İle Kayseri'nin Bölgesel Gelişimi Arasındaki İlişki

Katılımcılar çoğunlukla Kayseri'de turizm altyapısının gelişmemiş olması, rekabet avantajı sağlayamama, tanıtım ve pazarlama eksikliği ve turizmin bölgede yeni gelişmeye başlaması gibi nedenlerden dolayı turizm sektörünün gelişimi ile Kayseri'nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişkinin tam anlamıyla paralel olmadığını belirtmektedir. Bazı katılımcılar ise yatırımların artırıldığında ve gerekli çalışmaların yapıldığında bu ilişkinin paralel bir şekilde ilerleyeceğini ifade etmektedir. Bu konuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. "Bu şu anda tam olarak paralel gitmiyor. Biz şu anda sektörün gerisindeyiz. En büyük sıkıntı altyapı, turizm altyapısı, mesela biz çay bardağını bile Antalya'dan getirmek zorunda kalıyoruz, teknik açıdan ani bir şey istediğimizde bazen bulamadığımız oluyor, İstanbul'u beklediğimiz oluyor veya işte yurtdışını"

K2. "Kayseri turizmden Türkiye ile doğru orantılı olarak faydalanamıyor. Bunun temel nedeni coğrafi sıkıntılar, Kayseri'nin potansiyeli kış turizminde, kış turizminde de bölgesel rakipleri var, farklılaşması gerekiyor. Turizm son beş senedir Kayseri'de insanların gündeminde, daha önce yoktu. Tabii turizmin çeşitleri var, sağlık turizminde belirli bir potansiyeli var, o da iki, üç senedir gelişmeye başladı. Ama çevremizdeki Nevşehir değiliz, Nevşehir'deki değerler bizde de var, ama bizim tanıtma veya öne çıkarma potansiyelimiz daha zayıf oluyor, biz biraz geri adımlarla devam ediyoruz. Şu an en hızlı yürüdüğümüz alan kış turizmi, o da son beş senedir var..."

K4. “Turizm lokomotif bir sektör, Erciyes Kayak Merkezi’nden yine örnek verelim, orada kayak yapılabilir olmasının, doğal imkanların olması, oraya birçok otel, günübirlik tesis, alışveriş yerleri açıldı, şehrin içinde otel sayısı artırıldı...”

K5. “Turizm sektörünün gelişmesi ile Kayseri’nin bölgesel gelişmesi birbirine paralel olarak ilerleyecektir. İllaki birbirinden etkileniyor, ülkedeki turizm farkındalığı bölgede de haliyle etkisini gösteriyor. Bilhassa belediyemizin, STK’ların turizme olan öncelikleri ilk sıralara yükseldi.”

K6. “Erciyes’in geliştirilmesi, güzelleştirilmesi Kayseri’ye daha fazla etnik köken, farklı milliyetlerden insanların gelmesini sağladı, bu da Kayseri’nin merkezi olarak olsun, insanların oraya talebin arttığını gördükçe oraya yönelik farklı faaliyetlerde bulunmaya başladı. Kayseri’nin turizm anlamında gelişmesi bölgenin de hem gelişmesine hem de Kayseri’nin daha fazla gelişmesine etki sağlıyor.”

K7. “...rahat bir ulaşım, özellikle çevrenin turizme açılıp genişletilmesi, trafiğin rahatlatılması, yani turizm varsa o bölgede illaki önlem alınır. Burada halk da faydalanmış oluyor bu tür önlemlerden.”

K15. “Buraya gelenlerin oldukça ekonomiye de katkısı olacak, otellerin artması, bu tür etkinliklerin artması, bu tür kompleks yapıların çoğalması buraya gelen insan sayısını artıracak, bu da şehri %100 etkileyecek.”

K19. “Aslında birbirine paralel diyebiliriz, çünkü turizm geliştikçe Kayseri’deki hayatta değişiyor. Değişimler ekonomik olarak sadece turizmden değil, ama ekonomi haricindeki değişimler elbette turizmden etkileniyor, çünkü Kayseri sanayi şehri...”

K20. “Bence doğrudan ilişkilidir, ülke ve bölge turizmi ne kadar gelişirse, Kayseri de yaptığı turizm çalışmaları ve yatırımları nispetinde bundan payını alacaktır.”

Turizm Sektörünün Kayseri İlinde Yoksulluk ve Gelir Eşitsizliği, İstihdam, Yaşam Kalitesi ve Yaşam Standardı İle Altyapı ve Üstyapı Üzerindeki Etkisi

Yoksulluk ve Gelir Eşitsizliği

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün bölgede yeni gelişmesi, mevsimsellik ve yerel halkın ve esnafın turizm sektörüne tam olarak adapte olamaması gibi nedenlerden dolayı turizm sektörünün Kayseri’de yoksulluk ve gelir eşitsizliğini azaltmadığını, ancak buna olumlu yönde katkı sağladığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise turizm sektörünün istihdam ve gelir sağladığını belirterek bölgede yoksulluk ve gelir eşitsizliğini azalttığını ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

K1. “Tabii, bu da şuradan, istihdamdan yola çıkabiliriz, bu istihdam direkt olarak çalıştırdığımız personel, endirekt olarak ihtiyacımız olan ürünlerin üretimi ile gelir eşitsizliğini ve yoksulluğu azalttığını düşünüyorum.”

K2. “Aslında düşünmüyorum, turizmin en bariz gözüktüğü yer kış turizmi, otellerde var, oteller de 12 aya yayılmadığı için istihdam, sürekli istihdam kış dönemi için belirli kalıcılık oluşturuyor. Bu da istenilen istihdam seviyesine Nevşehir gibi, Antalya gibi veya Ege’deki bölgeler gibi ulaşmasını engelliyor. Kısmen sağlıyor...”

K4. “Tabii ki faydası oluyor, keşke daha çok olsa, daha çok turist çekebilsek...”

K5. “Azaltabilir, hizmet sektörü biliyorsunuz, vasıflı personel ihtiyacı yanında bilhassa vasıfsız personele de ihtiyaç duyuyor, yani hizmet sektörü insan gücü ile işleyen bir sektör olduğu için burada bir teknik eğitim almamış veya bir üniversite eğitimi almamış birçok gencin iş bulabileceği bir sektör ortamı oluşturuyor ve burada da tabii ki kültürel ve ekonomik anlamda bir gelişmişliğe sebebiyet veriyor diye düşünüyorum. Turizmin şu anda acentelerde ve otel tesislerinde, işletmelerde vasıfsız personel aranıyor, temizlik personeli, F&B personeli, garson, komi, mutfak, bulaşık, personeli, bahçe, peyzaj personeli, yani bunların hepsi vasıflı personelden oluşmuyor. Nihayetinde yetiştirilmesi gereken

personel, buralarda ben çok insanın iş bulabildiğine eminim. Bu alanda bir destek sağlıyor diye düşünüyorum.”

K6. “Yok, turizm faaliyet alanı Kayseri’de çok fazla olmadığı için gelir seviyesine çok fazla bir şey yapmadığı için çok fazla etki etmiyordur, etse bile çok cüzi bir miktardadır.”

K8. “Tabii ki, sonuçta istihdam sağlıyor, oteller açıldı Erciyes’e, Kayseri’ye oteller açıldı, restoranlar açıldı karşılanması için, buralarda istihdam sağlanıyor.”

K13. “Tabii ki, insanlara bir kere iş imkanı sağlamaktadır turizm, gelir adaletsizliğini büyük ölçüde engellemektedir. Turizm sektöründe size bir, iş sağlanır, iki, güzel paralar vardır, komisyon, tip, bahşiş gibi olaylarda turizmin gelişmesi ile birlikte gelişmektedir.”

K18. “Turizmin katkısı ekonomiye fayda sağladığı müddetçe tabii ki.”

K19. “Azaltabilir, ama şu an için azaltıyor demek mümkün değil, çünkü bunun olması için uzun süredir çok fazla sayıda insan istihdam edilip ona göre gelirlerini artırması lazım, şu an için sadece olumlu etkisi vardır diyebilirim.”

K20. “Kayseri için bence azaltmıyor, çünkü yerel halk veya esnaflar bu konuda yeterli bilgiye ve çalışmaya sahip değil, büyük otellerin ve işletmelerin turistleri daha çok çekmesi, yerel halkın ve esnafın bu konuda fazla bir çalışma içerisinde olmaması arayış açıyor.”

İstihdam

Katılımcıların tamamı turizm sektörünün Kayseri ilinde istihdam fırsatları yarattığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise bu konuda turizmin daha fazla istihdam sağlaması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Fazlasıyla, direkt ve endirekt olarak.”

K2. “İstihdam sağlıyor, ama yeterli değil.”

K3. “%10 falan, belki de %5’tir yani.”

K4. “Tabii ki, en basiti benim lokantamda 70 kişi istihdam ediyoruz.”

K5. “Vasıflı ve vasıfsız birçok kişiyi istihdam ediyor, turizm sektörü nihayetinde personelle ve insan gücüyle işleyen bir sektör.”

K7. “...Turizm birkaç kişiden oluşan bir organizasyonun yapıldığı bir iş değil, turizm organizasyonu çok personelle yapılabilecek, çok ekip olması gereken bir iş, bu da istihdamı ister istemez artırıyor.”

K11. “Çok büyük katkıda bulunmaktadır. Örnek verecek olursak burada şu anda en yoğun şekilde turizm sezonu kış ayları, kayak turizmi vardır. Kayak turizmi olduğu zaman oteller full olduğu için müthiş bir istihdam yaratmaktadır. Turizm faaliyetleri yaz aylarında daha yavaş olduğu için ona göre azalmaktadır. Turizmin ilk zinciri olan otellerde, daha sonra zincir olan tedarikçiler en azından müthiş bir istihdam yaratmaktadır.”

K15. “Tabii ki, burada çok ciddi anlamda otellerde çalışan işçi sayısı var, bir de istihdamı çok ciddi şekilde etkiliyor. Bununla beraber dışarıdan gelenlerin sayesinde çalışan birçok yer var, işte gelip alışveriş yapıyorlar, yediğı yemek için restaurantları kullanıyorlar vs. derken bunlar istihdama çok ciddi katkı sağlıyor, istihdama katkı sağlaması da ekonomiye katkısıdır zaten.”

K19. “Evet katkıda bulunuyor. ...öğrencilerimize onun haricinde yerli vatandaşlara faydası oluyor...”

Yaşam Kalitesi ve Yaşam Standardı

Araştırma katılımcıları Kayseri’de turizm sektörünün gelişmesinin istihdam ve gelir fırsatlarını artırma, yatırımları artırma, altyapı ve üstyapıyı geliştirme ve sosyal fırsatları artırma gibi faydalar sağladığını, bu faydaların da bölgede yaşam kalitesi ve yaşam standardını artırdığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise bu faydaların kısmi olduğunu belirtmektedir. Bu durum daha önce belirtildiğı üzere, turizm sektörünün Kayseri’de yeni gelişmeye başlamasından kaynaklanabilir. Bu doğrultuda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

K1. “Ekonomik olarak onlara istihdam ve gelir sağladığı için yaşam kalite ve standartlarını yükseltiyor, bir de turizmde gelen misafirlerin güzel ve iyi restaurant gibi şeyler ayarladığı için sosyal hayatlarına da yardımcı oluyor.”

K4. “Turizme hizmet için yapılan her türlü altyapı, üstyapı, otel, restaurant, kafe, onlar turizme hizmet ederken yerel halka da hizmet ediyor.”

K5. “Büyük ölçüde katkıda bulunuyor, gelişmemize büyük etki ediyor, tesislerimizde, AVM’lerimizde, sokaklarımızda, caddelerimizde, nihayetinde turizm algısı olumlu gelişmelere sebebiyet veriyor. Restaurantlarımızda, AVM’lerimizde turistlere yönelik çalışmalar yapılıyor, birtakım etkinlikler yapılıyor, bu algı git gide daha da artıyor. Bu manada halkımız da bu etkinliklerden ve bu hazırlıklardan, altyapı çalışmalarından istifade ediyorlar.”

K8. “...Mesela Develi yolunda Erciyes’ten giderken Erciyes yolunun düzelmesi Develi halkının da o yoldan faydalanması da tabii ki yaşam standardını da artırmakta.”

K9. “Şu anda çok bir şey fark ettirmiyor, ama ilerleyen dönemlerde bu özellikle yaptığımız çalışmalar sonucunda bunun yükseleceği kanaatindeyiz.”

K11. “Kayseri’de turizm kültürü henüz oluşmadığı için şu anda toplumun geneline yayılmış vaziyette değil, ancak buna uyum sağlamış, buna göre kendisini yönlendirmiş küçük bir kesim de olsa şu an için söylüyorum, müthiş katkısı vardır, olacaktır da, toplumun her katmanına indiğinde yaşamsal olarak, davranışsal olarak, adabı beşer kuralları olarak eski tabir ile, hijyen olarak, görüntü olarak her anlamda çok büyük katkısı olacaktır. Şu an kısmidir.”

K19. “Bence olumlu yönde, üst düzeyde fayda da bulunuyor. Mesela Erciyes Dağı’na eskiden insanlar turistik amaçlı değil de münferit gezme amaçlı giderlerken, çok fazla bir tesis yokken turizm anlamında çeşitli atılımlarla beraber artık Erciyes daha böyle modern imkanlara sahip oldu ve bundan buradaki vatandaşlar da faydalaniyor.”

Altyapı ve Üstyapı

Katılımcılar çoğunlukla turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesinin altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik ettiği ve geliştirdiğini ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise devlet politikaları, prosedürler veya diğer nedenlerden dolayı turizm sektörünün Kayseri’nin altyapısını geliştirmedeğini belirtmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Gelen misafirin rahat ve kolaylıkla ulaşımı, talebe göre arz ortaya çıkıyor, iyileştiriyor yani, misafirler kolay bir yerlere gitmek istiyor, kayak merkezine daha çabuk gitmek istiyor, daha güzel yerlerde yemek yemek istiyor, restaurant istiyor...”

K2. “Erciyes Master Planı yapılırken Erciyes Dağı’nın yolları kötüydü, kış turizminde en temel katkıyı Büyükşehir Belediyesinin yolları yapması oluşturdu. Erciyes’e ulaşım kanalları arttı, bu manada destek oldu, sadece Erciyes Dağı’nda iyileştirmiştir.”

K3. “Çok fazla katkısı var, yollar ilk etapta, alışveriş mekanları, havaalanından otellere veya şehir merkezine kadar geçen yol güzergahı üzerindeki tüm görünüm, bina dış cepheleri, bunların hepsi belediye tarafından düzenleniyor.”

K4. “Tabii ki, mesela Mimar Sinan’ın köyü Ağırnas’a yol daha güzelleştirildi, Erciyes’in yolu güzelleştirildi, Kültepe Kaniş’e ulaşım kolaylaştırıldı, karşılıklı arz talep dengesinde gelişme oluyor.”

K5. “Belediyeler ve hükümet imkanları turizmin sıhhatli gelişebilmesi açısından haliyle yollar, köprüler, altyapı, teknik imkanlar, fiber altyapı, artı wifi altyapısı, tesislerin kolay ulaşılabilir, rahat otopark imkanları açısından ulaşılabilir ve çözümlenebilir birtakım gelişmeler yapıyorlar, şehrin altyapısını geliştirmek için ellerinden geleni yapıyorlar, bu da ağırlıklı turist açısından düşünülen tedbirler çerçevesinde gerçekleşiyor, yollardaki yönlendirme levhaları, ıslıklı tabelalar, bunların hepsi turizmde düşünülerek yapılan imkanlar...”

K9. “Kayseri’de turizmin altyapı çalışmalarına yönelik çok katkısı yok, zaten altyapısıyla ilgili çok sıkıntısı olan bir şehir değil, ondan dolayı altyapı turizme dayalı gelişmiyor.”

K11. “Sultan Sazlığı eğer turizm olmamış olsaydı orası bence mahvolurdu, çöplük olurdu, yok olurdu, kururdu, bir şeyler olurdu, ama turizm olduğu için köprüler yapıldı, şu yapıldı, bu yapıldı. Ağırnas Mimar Sinan’ın evi mesela şu an gezmeye açıyoruz, eski Kayseri evlerini restore ediyoruz, niye? Bunlar turizmin geliştirilmesi için.”

K12. “İlimize gelen her turist bıraktığı ekonomik katkı anlamında bunu muhakkak ilin bir sonraki dönemde turizm potansiyelini artırabilmek adına tekrar ile yapılan yatırımlarla kendini gösterecektir. Bu yatırım ne olabilir, işte tramvay olsun, altyapısı olsun, üstyapısı olsun, şehir olsun, sokak olsun, düzenlemeler olsun, çevre olsun muhakkak herkese katkı sağlayacaktır.”

K13. “Altyapı ve üstyapısı Kayseri’nin zaten, aslında birçok Türkiye şehrinden iyi, turizm aslında Türkiye’deki hiçbir yerdeki belediyeciliği alt ve üstyapıyı geliştirmiyor. Çünkü devlet belediyelere bütçe verirken o bölgedeki kayıtlı olan, ikamet eden kişi sayısına göre para veriyor. Türkiye’de bu bakış açısı sorunu var. Dört tane uçak bir araya geldiği zaman bırakın oturmayı nefes alacak, ayakta duracak yer yok havalimanında, Kayseri havalimanı kaldırmıyor. Çünkü yaparken Kayseri 1 milyon 200 bin kişilik Kayseri’ye kaç kişi İstanbul’a gidip gelebilir iş için onu hesaplayıp yapmışlar. On binlerce turist hesaplanmamış... Üstyapıyı değiştirmeye etkisi var, böyle havalimanlarını değiştirerek, restaurantları, otelleri değiştirerek, şehrin genel yapısını değiştirerek turizm bir etki sağlıyor, ama altyapı Türkiye’deki olan kanuni eksiklikler, prosedür eksiklikleri sebebiyle yapılmıyor.”

K15. “Sadece bulunduğu yer ile çevresinin daha düzgün, daha ulaşılabilir, daha görsel açıdan güzel olması için yapılan tesisler çevresine de önem veriyor...”

K18. “Dolaylı yoldan evet, insanlar para kazandıkça altyapısını güzelleştiriyor, daha çok turist gelmesi için daha fazla yatırım yapıyorsun, turist çekebilmek

için daha kaliteli eşyalar kullanmaya başlıyorsun, hizmet altyapısını ona göre düzenliyorsun, bu şekilde de altyapı gelişiyor.”

Turizmin Yerel Halkın Gelişimine Yönelik Katkısı

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün Kayseri’de sağladığı sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalara vurgu yaparak sektörün yerel halkın gelişmesine katkı sağladığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise turizmin tam anlamıyla gelişmemiş olması, yatırım eksikliği, yerel halkın turizm bilincinde eksiklik olması, önyargılı olması veya yerel halkın turizme adapte olamaması gibi nedenlerden dolayı turizm sektörünün yerel halkın gelişimini tam olarak desteklemediğini belirtmektedir. Katılımcıların bu konudaki tüm görüşleri daha önce değerlendirilen görüşler ile tutarlılık göstermektedir. Bu çerçevede katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1 “Olumlu yönde etkiliyor çoğunlukla ekonomik gelişimini, sosyal gelişimini, her gelişimini tabii destekliyor. Çünkü insanlar ilk önce farklı kültürleri görüyor, daha sonra buraya gelen misafirlerin sağlamış olduğu talebe istinaden çıkan arzdan bir gelir elde ediyorlar.”

K3. “Çok yavaş olsa da destekliyor...”

K4. “Kayseri çok yoğun bir turizm yaşamadığı için, burada iki ay bir kış turizmi süresi var, yazın da 45 gün gurbetçi akını var, bunlardan tabii olumlu yönde etkileniyor. Görgü, bilgi, alışveriş, bunlara yönelik hizmet alanları, satış alanları geliştiriliyor.”

K5. “Ciddi anlamda destekliyor, Yahyalı Kapuzbaşı’ndan örnek verelim, ulaşım imkanları çok zor olan bir bölgeydi, çok doğal, güzel bir bölgeydi, dünyada sayılı ikinci takım şelaleleri mesela, ama ulaşım imkanları çok zordu. O bölgede mesela yaşayan halk çok zor şartlarda, çok zor imkanlarda şehirlerine ve köylerine ulaşım sağlıyorlardı, ama şu anda turizmin o bölgeyi keşfetmesi ve turizmin o bölgeye olan ilgisi ile birlikte yollar ve altyapı çalışmaları yapıldı, yollar genişletildi, heyelan ve oluşabilecek doğal afetlere karşı sürekli önlemler alınıyor ve devletin bütün imkanları ve belediyenin bütün imkanları o bölgedeki turizmi desteklemek için seferber olmuş durumda. Doğal dağ hayatını

güçlendirecek orada birtakım bungalovlar, birtakım evler yapıldı mesela hem kış hem yaz kamp turizmini destekleyecek birtakım imkanlar, altyapılar oluşturuluyor, haliyle bu imkanlardan yerli halk da hem satış olarak hem ticaret olarak hem de altyapı hizmetlerinin kendilerine ulaşması açısından istifade ediyorlar, şikayetçi kimse yok bu anlamda.”

K8. “Şu an için desteklemiyor, ama ileriki dönemlerde destekleyecek, çünkü turizm Kayseri’de yeni yeni canlanıyor, daha halkla turizm birbiriyle tam bağdaşmadı, ama yavaş yavaş ileriki dönemlerde Kültepe Kaniş Karum gibi yerlerdeki turizm gelişirse bu anlamda gelişecektir.”

K9. “Desteklemesi gerekiyor, geliştirmesi gerekiyor, ama bunun ürünlerini şu anda alabilmiş değiliz, şundan dolayı mesela Kayseri’de Erciyes’ten sonra en fazla turist alan bölge Ağırnas bölgesi Mimar Sinan’ın evinin olmasından kaynaklı olarak, yerel turist, yabancı turistler geliyorlar, ama Ağırnaslılar’da yaprak kıvıldamıyor, ondan dolayı buralarda harekete geçmesi gereken yerel halk yerel ürünlerini gelen insanlara sunmaları gerekiyor, kendileri bir şey yapmadığı için devlet de, yerel yönetim de onlara bir şey yapamaz.”

K11. “Şu an için Kayseri’de bu pek mümkün olmadığı gibi halkın önyargısı, henüz Kayseri turizme hazır değil, ama geçiş sürecinde, hazırlanıyor, ama hazır değil. Gelen kişinin alkol almasına saygı duymak zorunda turizmin gelişmesini istiyorsa, bundan bir katma değer almak istiyorsa...”

K14. “Ekonomik ve ticari faaliyetler arttıkça insanların refahı da yükseliyor, nitelikli ve yabancı dil bilen kişi sayısı artıyor, insan kalitesi artıyor, kişi başına düşen gelir artıyor...”

K15. “Modernleşmesini sağlıyor, insanların daha sosyal düşünmesini, kabuğunu kırmasını, farklı kültürlerin insanların, farklı yaşamların tanınmasını, sosyalleşmeyi sağlıyor...”

K16. “Bence destekliyor, yerli turist olarak da, yabancı turist olarak da, en basitinden bütün sektörü, sigarasından içeceğine, giyiminden hediyeliğine birçok sektörü ayakta tutuyor. Çünkü sonuç olarak yeni insanlar geliyor, sürekli bir para

sirkülasyonu oluyor. ...bal geliyor bal alıyor, yağ geliyor yağ alıyor, pastırma geliyor pastırma alıyor, çok büyük bir gelir kaynağı. Fenerbahçe-Kayserispor maçında bile yani özellikle Kayseri’de yapıldığında dışarıdan insanlar geliyor, bunların kalmaları, işte sonuç olarak Kayseri’den giderken pastırma götürmeleri, yemek yemeleri, yani bunların hepsi bir gelir insanlara.”

K20. “Destekliyor, ama yerel halk bu konu ile ne kadar ilgilenirse o kadar destekliyor.”

Turizmin Kayseri’nin Gelişmesinde Kolaylaştırıcı Bir Rol Oynamasına İlişkin Katılımcı Görüşleri

Bazı katılımcılar turizm sektörünün Kayseri’de ortaya çıkardığı olumlu etkilere atıf yaparak, turizm sektörünün Kayseri’nin gelişmesinde kolaylaştırıcı bir rol oynadığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar ise yatırım eksikliği, turizmin bölgede tam olarak gelişmemesi ve yerel halkın turizm bilincinin oluşamaması gibi nedenleri vurgulayarak turizmin Kayseri’nin gelişmesinde tam olarak kolaylaştırıcı bir rol oynamadığını ve bu olumsuz nedenlerin ortadan kaldırıldığında daha etkili olacağını belirtmektedir. Katılımcıların bu konudaki tüm görüşleri ile daha önce değerlendirilen turizmin gelişimi ile Kayseri’nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişkiye yönelik görüşleri tutarlılık göstermektedir. Bu kapsamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K2. “Oynuyor, en temel etkisi Kayseri’ye gelen uçak seferleri ekonomiyi ve ulaşılabilirliği, lojistik imkanları artırdığı için turizme gelen yerli ve yabancı turistler de uçak sıklığını artırdığı için ekonomiyi, ulaşılabilirlik, lojistik avantaj sağlıyor. Gelen yatırım sayısını artırıyor, ama inşaat yatırımları belirli bir dönemi kapsadığı için sürekli ekonomiyi destekleme yönünde bir katkı sunmuyor.”

K3. “Şu an itibarıyla oynamıyor, ama yatırımlar yapılırsa çok farkedebilir, Kayseri yatırım yaparsa turizm işine o zaman oynayacaktır.”

K7. “Yok, diğer bölgelere göre çok da bir rol almamakta diye düşünüyorum. Turizm bölgelerinin daha fazla aktif olmamasından kaynaklanıyor.”

K11. “Diğer bölgelere göre çok yavaş hareket etse de etkisi kesinlikle olmaktadır. Sadece tek farkı halkın turizmin kültürünü bilmedikleri için, oluşması için şu anda bir zorluk mevcut, eğer turizm kültürü, STK’lar halkımızı bilinçlendirirse daha hızlı olacağını düşünüyorum, şu anda yeteri kadar değil, çok yavaş.”

K20. “Elbette, ne kadar fazla sektör çeşitlenirse ekonomi o kadar gelişir, çünkü döviz girdisi olması ekonomik gelişmeyi de olumlu yönde etkiler.”

Kayseri’deki Turizm İşletmelerinin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

Bazı katılımcılar turizm işletmelerinin istihdam ve gelir sağlama, katma değer yaratma, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirme, turist çekme ve doğrudan ve dolaylı katkı sağlama gibi faydalarına dikkat çekerek, bölgesel kalkınmada önemli bir rol üstlendiğini ifade etmektedir. Buna karşılık bazı katılımcılar ise turizm işletmelerinin destinasyona yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde eksiklik olması ve Kayseri’de fazla turizm işletmesi olmadığını belirterek, Kayseri’deki turizm işletmelerinin bölgesel kalkınmada önemli düzeyde bir rol üstlenmediğini vurgulamaktadır. Ayrıca bir katılımcı otellerin Kayseri’ye turist çektiğini, seyahat acentaları ve tur operatörlerinin ise Kayseri’ye turist çekme faaliyetinde bulunmadıklarını belirtmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1. “İyi bir hizmet vererek, düzgün bir hizmet vererek ve istihdam, ekonomik imkanlar sağlayarak bölgenin kalkınmasındaki rolü yüksek...”

K2. Çok bir rolleri yok, otel sayısı belirli ölçüde yeterli, ama otellerde özellikle yöresel ürünlerin tanıtım noktasında çok ciddi eksiklikler var. Küçük oteller tamamen fiyat ve asgari normları sağlama yönüne yönelik bir boyuttadır. Oteller tanıtım noktasında da finansal destek olma noktasında da bazı tanıtım faaliyetlerinde ayaklarını geri çekiyorlar. Kayseri’de de otellerin dışında turizmde çok ciddi bir aktör bulunmuyor... Oteller de finansal olarak sadece kendi finansal yapılarını düşündükleri ve tanıtıma destek olmadıkları için veya kurulan oteller daha çok gelir modeli, kar için kurulduğu için tanıtıma çok pozitif bir etkileri olduğunu düşünmüyoruz.”

K4. “İstihdam sağlıyor, katma değer üretiyor.”

K6. “Kayseri’de çok fazla turizm işletmesi yok, o yüzden bölgesel kalkınmaya çok fazla etki ettiğini düşünmüyorum...”

K7. “Herkesin kendi çapında bir faydası oluyor, buraya dışarıdan turist getirmesi, tur getirmesi açısından işletmelerin Kayseri’nin kalkınmasına, ekonomisine bu yönüyle faydalı oluyor.”

K10. “Marka oteller doluluğu artırabilmek için yurtdışında sürekli tanıtımlar yapıyorlar, kendilerine misafir çekiyorlar, marka olmayan oteller de bir nevi çalışmalar yapıyorlar, ama bu marka olan işletmeler ağırları geniş olduğu için daha çabuk müşteriye ulaşabiliyorlar, bu sayede bu getirdikleri müşteriler de, getirdikleri turistler de Kayseri’ye ciddi anlamda katkı sağlıyor.”

K11. “Çok büyük rolü vardır, bir turizm işletmesi demek, turizm 70 sektörle alakalıdır, 70 tane sektörle direkt bağlantılıdır, dolayısıyla bölge istihdamına çok büyük katkısı vardır. Sadece bir otel şu anda 100 tane personel istihdam etmektedir. 1’i 5 ile çarpsak 500 kişi ailesi ile birlikte. ...istihdama direkt katkıları olacağı gibi endirekt katkıları da olacaktır, sosyal hayatın gelişmesi, ekonominin canlanması, sıcak paranın girmesi, toplumun her katmanlarına yayılabilmesi için turizmin gelişmesi çok önemlidir.”

K13. “Kayak merkezinin Kayseri’nin gelişmesine büyük bir etkisi olmaktadır. Kapadokya’nın da aynı şekilde olmaktadır. Turizm işletmelerinden otellerin de etkisi büyük, ama Kayseri’deki acentelerin Kayseri’nin turizmine en ufak bir etkisi yok. Çünkü Kayseri’de seyahat acentesi demek, bir, okul servisi, işçi servisi, acentası demek, iki, rent a car demek, üç, uçak bileti satan bayi demek, bilet acentesi demek, dördüncüsü ise büyük acentelerin Kayseri dışına Karadeniz turu ve Avrupa turları gibi turlarını satıp dışarıya tur satan, hac-umre turizmi yapan acentelerdir. Dolayısıyla Kayseri’de baktığınız zaman otellerin ve kayak merkezinin Kayseri’ye doğru bir faydası varken Kayseri’deki acentelerin Kayseri dışına doğru bir faydası var. Acenteler hala Kayseri’nin turistik değerlerini, kayak merkezine ilgisiz kalıp buraya turist getirmek için yurtdışıyla bir bağlantı yapmamakta...”

K20. “Kayseri açısından önemli rolü olsa da yetersiz, eğer turizm işletmeleri yeterli çalışmayı yaparsa bölgesel gelişmede çok daha fazla rol üstleneceğini düşünüyorum.”

Turizm Faaliyetlerinin Kayseri’ye Yönelik Olumsuz Etkilerinin Olup Olmadığına Yönelik Katılımcı Görüşleri ve Gelecekte Oluşabilecek Olumsuz Etkilere Yönelik Algılar

Katılımcılar genellikle turizm sektörünün Kayseri’de yeni gelişmeye başlaması, gelen turistlerin bilinçli olması ve turistlerin bölgede kısa süreli konaklaması gibi faktörlere dikkat çekerek turizm faaliyetlerinin Kayseri’de olumsuz bir etki ortaya çıkarmadığını ifade etmektedir. Sadece iki katılımcı “transfer hizmetini sağlayan araçların egzoz gazları” ve “alışverişte kazıklama” (fiyat konusunda aldatma) gibi olumsuz etkiler ortaya çıkardığını belirtmektedir. Katılımcıların endişe duyduğu gelecekte oluşabilecek muhtemel olumsuz etkiler ise alkol tüketiminin yaygınlaşması, kültür yozlaşması, kapkaç, gasp, hırsızlık ve yabancı düşmanlığı olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Şu anda yok, daha somut bir turizm faaliyeti yok, şu anda gelişmekte olan bir turizm var Kayseri’de.”

K3. “...Kayseri halkı 10 yıl öncesine kadar daha muhafazakardı, şu anki gidişatta alkol tüketimi sırf bu turistler yüzünden alkol tüketimi yapılabilecek harıl harıl yer açılmaya çalışılıyor. Bu iş başlarsa alkol tüketimi çok artacak Kayseri’de. ...kültürün yozlaşması, ticari kaygılara heba edilecek...”

K5. “...en kötü korktuğum münferit kapkaç olayları, şehrimizde hiç görülmez diyebilirim, hırsızlık olayları, kötü bir muamele, gasp gibi veya bir esnafın kötü bir muamelesi ile karşılaşmaları gibi bir durum endişesini taşıyım, ancak böyle bir şey hiç duymadım... alkol bilinci ile oluşabilecek olumsuz durumlara karşı endişeliyim, bunu da şehrimizin gayet güzel idare ettiğini ve bir olumsuzluk yaşanmayacağını düşünüyorum.”

K6. “Yok, yapılan çalışmaların hepsi olumlu yönde etki sağlıyor.”

K7. “Transfere sağlayan araçların egzozlarının dumanları, şehre yeterince sıkıntıları oluyor.”

K8. “Yok, fakat yerel halk üzerinde olma ihtimali var, Kayseri muhafazakar bir kesim, yabancı turiste alışkın değil, içkiye gibi, bu tip eğlence merkezlerinin olmaması ki ileride belki de olacak, yerel halkı bu olumsuz etkileyebilir.”

K9. “şu anda yok, çünkü şehri turizm domine etmiyor şu anda...”

K13. “...Kayseri’de yeni yeni görölmeye başlandı daha turist gelmeden turist kazıklama, birkaç tane polislik olay oldu, ahlaki problemler.”

K14. “Költürel ve mahalli birikimin yozlaşması, globallik arttıkça bazı değerlerin erozyonuna neden olabilir...”

K16. “Yok, çünkü gelen insanların %85-%90’ı bilinçli insan, tatile gelen insanların gelir seviyesi yüksek insanlar, cahil insan değil ki, gelen insanlar költürlü insan, geleceği yerin bir araştırmasını yapıp geliyor insanlar, oruçta mesela buraya değişik insanlar gelirdi, turistler geliyordu Erciyes’e, insanlar açık alanda bizim oruç olduğumuzu bildiği için yemek yemiyorlardı...”

K19. “şimdiye kadar bence yok, gelen insanlar çok fazla uzun süre de kalmıyorlar, kısa süreli gelip gidiyorlar.”

Turizmdeki Gelişmelerin Kayseri İçin Ne İfade Ettiğine İlişkin Katılımcı Görüşleri

Araştırma katılımcıları turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesine olumlu yönde yaklaşmakta ve katılımcılar turizm sektörünün gelişmesinin Kayseri’nin sosyo-ekonomik, sosyo-költürel ve çevresel açıdan gelişmesi anlamına geldiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

K1. “Turizmdeki gelişmeler Kayseri bölgesi için ekonomik, sosyal, költürel ve çevresel yönden gelişmesi manasına geliyor.”

K4. “Kayseri’nin ticaretine, refahına mutlaka bir dışarıdan katkı sağlıyor, bu artırılırsa, bu daha da görölür hale gelir, turist sayısı arttıkça bu daha da görölür, hissedilir hale gelecek.”

K5. “Çok büyük gelişim sağlayacağına inanıyorum, şehrimizin sosyo-kültürel, ekonomisi açısından ve değerleri açısından çok büyük fayda olacağına inanıyorum, şehrimizdeki hareketliliğin bütün halkımıza fayda sağlayacağına inanıyorum, kesinlikle bir olumsuz etkisi olacağına inanmıyorum. Şehrimiz üniversiteler şehri, şehrimiz üniversiteler sayesinde yabancı şehirlerden, uzak şehirlerden gelen insanları ağırlıyor, kültürümüz çok gelişiyor, hoşgörümüz artıyor, kültürel renkliliğimiz artıyor, buna bir de yabancı turizmin dahil olacağını düşünecek olursak, şehrimizin yabancı ülkelere olan rağbeti de çok arttı, turist ağırlarken bir de turistleri tanıyıp, yabancı kültürlerle temas edip bizde gidelim onların ziyaretine, bizde gidelim o ülkeleri keşfedelim öngörüsü çok arttı.”

K10. “Turizmdeki gelişmeler ne olursa olsun o bölge için bir hem maddi hem manevi olarak bölgenin kalkınması, istihdamın artması gibi olumlu etkiler sağlar.”

K12. “Kayseri’nin çok önemli bir turizm merkezi ve cazibe merkezi olma anlamını taşıyor.”

K13. “Dünyayla bağlantı kurmak anlamına gelir, dünyayla bu şehrin bir bağlantısı yok mobilya ihracat-ithalatı hariç. Halkın da bir bağlantısının olması gerekiyor. İnsanların kafa yapısının değişip Kayseri için gelişen her yönden sosyal, kültürel anlamda.”

K14. “Markalaşma, ticaret, ekonomi, maddi refah.”

K20. “Elbette ki Kayseri için gelişme, kalkınma ve gelir elde etme anlamına geliyor, ama yeteri kadar önem verilirse.”

Yerel Yönetimin Turizm Endüstrisini Kayseri’nin Gelişiminde Uzun Vadeli Bir Ekonomik Büyüme Faktörü Olarak Kullanmasına İlişkin Katılımcı Görüşleri

Katılımcılar yerel yönetimin kış turizmi, gastronomi turizmi, sağlık turizmi, doğa turizmi, kültür turizmi, yamaç paraşütü, tarih turizmi, inanç turizmi ve balon turizmi potansiyelini kullanarak yeni turizm alanlarına yöneldiğini belirtmektedir. Aynı zamanda katılımcılar yerel yönetimin bu turizm potansiyelini harekete geçirerek

Kayseri'nin ekonomik gelişiminde önemli bir faktör olarak kullandığını ifade etmektedir. Bazı katılımcılar bu konuda uzun vadeli plan yapılmadığını ve turizme gereken önemin verilmediğini belirtmektedir. Bu kapsamda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Yerel yönetim yapmış olduğu çalışmalarla bunu zaten bir şekilde anlatıyor, söylüyor, biz turizmle geliştireceğiz, büyüyeceğiz diyor, ekonomimiz de bununla beraber gelişecek diyor, fazlasıyla bu konuya destek veriyor, şu anda bizim kış turizmi üzerine, konsantre olduğumuz.”

K2. “Kış turizmini potansiyel olarak değerlendiriyor.”

K3. “Şu an, bu yıl iyi bir şekilde kullanacaklarını söylüyorlar, ama daha planlı, mesela balon turizmi başlattılar Soğanlı’da, mesela Koramaz Vadisi’nde yer altı şehri bulundu, yarın bir gün belki fotoğrafçılar bu vadiye gelip belirli bir ücret karşılığında fotoğraf çekimi başlayacak.”

K4. “Üzerinde çalışıyorlar, Kayseri yemekleri, Kayseri mutfağının tanıtımı, gastronomi üzerine, sonra işte Erciyes’i hala da geliştiriyorlar, geliştirmeye devam ediyorlar, Sağlık turizmi ile de ilgili toplantılara katılıyorlar...”

K5. “Yerel yönetim bunun farkında, ülkemizin dünya turizminden aldığı payı artırması ile birlikte, şehrimizin de bu paydaki oranını artırmak için gayret gösteriyorlar, biz bunu cansiperane görüyoruz, bu gayretin farkındayız, şehrimizde turizm potansiyelini artırmak için her türlü projeye destek veren bir belediye ve hükümete sahibiz şu anda, Erciyes dağ turizmi ve gastronomi, şehrin dinamiklerini harekete geçirecek, şehrin yerel unsurlarını da heyecanlandıracak, yani büyük restoranlarda, evinde oturan ev hanımını bile harekete geçirecek bir farkındalıktan bahsediyoruz, gastronomi burada herkesi ilgilendiriyor, üçüncü, sağlık turizmi hareket halinde...”

K6. “Son dönemde uzun dönemli adımlar atılmaya çalışılıyor şu an için, bazı turizm alanlarına faaliyet desteği vermeye başladılar... Sağlık turizmine destek vermeye çalışılıyor mesela, kayak turizmine destek verilmeye çalışılıyor.”

K7. “Kış turizmi, doğa turizmi, kültürel turizm, bunların hepsi için bir gayret, çaba yapılıyor.”

K8. “...turizmi Kayseri’nin ekonomik alanda büyümesinin en büyük faktörlerinden biri olacağına inanıyorlar ve bu anlamda çalışıyor şu anda, Erciyes kayak turizmine ek olarak Yamula Barajı’nda fosillerin bulunması, Kültepe Kaniş Karum.”

K12. “Talas Ali Dağı yamaç paraşütü tamamıyla uluslararası bir festival bazında çalışmak için uğraşıyoruz, Soğanlı bölgesi, Erciyes, Nevşehir bölgesinde yapılan sıcak hava balonu uçuşları artık Soğanlı bölgesinde Nevşehir bölgesi gibi sıcak hava balon uçuşu yapacak, Kültepe bizim için çok önemli...”

K14. “Gayet pozitif değerlendiriyorlar. ...kış, tarih, inanç, Kapadokya, gastronomi, balon turizmi değerlendiriliyor...”

K19. “...şu an için günü kurtarma adına kısa vadeli planlar yapıyor yerel yönetimler. Sadece kış turizmi diyebiliriz, yeni yeni balon turizmi ile uğraşılıyor, yerel yönetim önemli bir unsur olarak görüyor.”

K20. “Ticarete önem verildiği kadar turizme önem verilmiyor, en az ticaret kadar, belki daha fazla gelir getirecek, ama potansiyel olduğu halde önem verilmediği için yeterli verim alınamıyor... Erciyes Kayak Merkezi’ne önem veriliyor...”

Kayseri’de Genel Bir Turizm Geliştirme Stratejisi ve Planının Olup Olmadığına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Katılımcılar genellikle Kayseri’de genel bir turizm geliştirme stratejisi ve planının olmadığını ifade etmektedir. Buna karşılık bazı katılımcılar ise genel bir strateji ve planın hazırlandığını belirterek, bu konuda işbirliğinin eksik olduğuna dikkat çekmektedir. Genel olarak katılımcılar genel bir plan ve strateji oluştururken tüm paydaşlarla işbirliği yapılmasının ve planların kişiye bağlı ilerlememesinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu gerekliliğe Bölüm 2.3.’de incelenen dünya örneklerinde de dikkat edildiği görülmektedir. Bu kapsamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K2. “Yok, en temeli Erciyes Master Planı sadece kış turizmi için. ...gayet sistematik olarak gidiyor, illa vardır bir şeyler ama iyiler.”

K3. “Yok, büyükşehir oluşturmaya çalışıyor, tek başına belediyenin altından kalkabileceği bir iş değil. Erciyes Master Planı vardı kış turizmine yönelik.”

K5. “Kayseri turizm master planı şart, bunu akademisyenler, turizm profesyonelleri, bakanlık çalışanları, valiliğimiz ve bütün kurumların bir araya geldiği ve fikirlerin, önerilerin bir araya getirilip konuşulduğu bir kongre, bir çalıştay çerçevesinde oluşturularak bir yol haritası belirlenerek ilerlemesi lazım, burada da belediyemizin, valiliğimizin ve hükümetimizin onlara büyük görev düşüyor, bir hareket planı çıkartılarak bu planın da eksiksiz yürümesinin sağlanması, yani iktidar değişir, bürokratlar değişir ama bu planın eksiksiz şekilde devam etmesinin sağlanması gerekiyor.”

K9. “Var, mesela kültür yolu Kayseri’deki kale ve çevresi düzenletildi, birçok yapı restore edildi, ilçe belediyeleri de bu işe destek verdiler ve Erciyes Master Planı çalışmaları bir araya getirildiğinde kent ölçeğinde bir çalışmanın boyutu ortaya çıkıyor, çalışmanın planlandığını görüyoruz. Uygulamada karşılaşılan sorun kişilere bağlı olması, merkezi idarenin kontrolünde gerçekleştirmek zorunda kalması...”

K10. “Belediyenin ve Kültür Müdürlüğü’nün birlikte yapmış olduğu bir strateji var. Stratejiyi oluştururken de uygularken de benim gözlemlediğim paydaşlarla paylaşılması, paydaşların bilgi ve tecrübelerini istememeleri, yani ben yaptım, ben ettim usulü olduğu için istenilen düzeyde olmuyor.”

K12. “Kayseri turizm master planı çıkaracağız.”

K13. “Genel bir strateji ve plan olduğundan bahsetmek mümkün değil, genellikle münferit çalışmalarla bir yere geliyor.”

K14. “Böyle bir kaygı var, ana strateji oluşturmaya yönelik...”

K15. “Bence yok, yeni yeni adımlar atılıyor, sağlıkla ilgili, gastronomi ile ilgili.”

K19. "...bence çok sağlıklı yapılmış plan, program söz konusu değil, yazılı, çizili çeşitli zaman planlamalarının yapıldığı stratejik planlar hazırlanması gerekiyor."

Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmalarının Yeterli Olup Olmadığına Yönelik Algı veya İzlenim

Katılımcılar genellikle yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarını yeterli bulmamaktadır. Buna karşılık bazı katılımcılar ise yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yeterli düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak katılımcılar yerel yönetimlerin turizm sektörü paydaşlarıyla daha fazla işbirliği içerisinde olması, özel sektörü desteklemesi ve yatırımları çeşitlendirmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu görüşler daha önceki başlıklar altında değerlendirilen katılımcıların görüşleri ile örtüşmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. "Bence yeterli, hatta çok fazlasıyla bu işle uğraşıyorlar."

K4. "Yani yapıyorlar, ama tabii ki yeterli değil, daha da gelişmeli, daha aktif olmalı."

K5. "Gayet yeterli buluyorum, çok gayret ediyorlar, ama özel sektörle ve turizm profesyonelleri ile daha fazla işbirliği içerisinde çalışmaları gerektiğini düşünüyorum, bu anlamda gelişmeler sağlanıyor, sürekli gelişmeler sağlanıyor, ama şehrin turizmcişinin, şehrin acentelerinin, şehrin otellerinin daha çok desteklenmesi gerektiğini belediye imkanlarından daha çok istifade etmeleri gerektiğini, tercihler anlamında ilk tercihlerin onlardan yana olması gerektiğini düşünüyorum."

K6. "Tam anlamıyla yeterli değil, zaten son birkaç yıldır bu konuya destek vermeye başladı..."

K11. "Gördüğüm kadarıyla yerel yönetimler turizmin geliştirilmesi için son derece istekli ve özverili çalışma yapıyorlar, büyükşehir belediye başkanımız olsun, birkaç önemli görevlerde bulunan değerli kamu görevlileri bu konuda özverili çalışma yapıyorlar, ama mahalle baskısı diye tabir ettiğimiz bir konu

var, psikolojik, bu onları engellediğini düşünüyorum, istediklerini tam anlamıyla yapamıyorlar.”

K13. “Yok, yerel yönetimlerin turizm konusundaki anlayışları ve çalışmaları maalesef ki yeterli değil.”

K17. “Şu anda az buluyorum, yetersiz.”

K20. “Yetersiz, yatırımlar çeşitlendirilmiyor, hep aynı noktaya sabitlendirilmiş, turistleri çekmek için veya sektörü çeşitlendirmek için fazla çalışma yapılmıyor.”

Bölgedeki Turizm Yatırımı, Tanıtım ve Pazarlamasının Yeterli Olup Olmadığına Yönelik Algı veya İzlenim

Katılımcılar turizm paydaşları ile işbirliğinin eksikliği, çeşitli nedenlerle (yap-işlet-devret modeli, politika eksikliği, turizmin 12 aya yayılamaması/mevsimsel olması) yatırımcıların bölgeye çekilememesi, tanıtım ve pazarlama araçlarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılamaması, gereken bütçenin ayrılmaması, destek veya teşviklerde eksikliklerin olması ve planların kişiye bağlı ilerlemesi gibi nedenlere atıf yaparak Kayseri’deki turizm yatırımı, tanıtım ve pazarlamasının yeterli olmadığını ifade etmektedir. Çalışmada Bölüm 2.3.’de analiz edilen dünya örneklerinde gösterildiği üzere, bu olumsuz durumların o destinasyonlarda ortadan kaldırıldığı ve turizm odaklı kalkınma konusunda önemli bir başarı elde edildiği hususu bu çerçevede yeniden belirtilmelidir. Ayrıca katılımcıların görüşleri daha önceki başlıklar altında değerlendirilen görüşleri ile tutarlılık göstermektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir:

K1. “Tanıtım ve pazarlama konusunda ellerinden geleni yapıyorlar, eldeki imkanlar, maddi şeyler, hatta şimdi bunun için kalkınma ajansları kuruldu, bence onun için yararlanılması gereken bir konu, yatırım konusunda daha değil, o yavaş yavaş oturacak, çünkü buraya gelen bir turizm kültürü daha yeni başladığı için yatırımcı da haliyle geleceğini görmek amaçlı, örnek veriyorum 10 milyon dolar yatırdığında buraya işte bunun kaç senede döndüğüne bakmaya çalışıyor, ne kadar erken dönerse yatırımcı için o kadar rahat, ama şu anda kayak

turizminin kısa olması nedeniyle, 60 gün olması nedeniyle 10 milyon doları 60 günde çıkartamayacağını düşünerek, yeterli düzeyde değil. Tanıtım ve pazarlama konusunda herkes elinden geleni yapıyor, ama yeterli mi? Hiçbir zaman değil...”

K2. “Değildir, hatta olumsuz bir pazarlama yapılmaktadır. Kayseri’nin değerleri Türkiye ulusal piyasasında hakir görülmektedir, alternatifler sucuk için Afyon sucuğu daha ön plana çıkmakta, ama karşı atak yapılamamaktadır... Kayseri mutfağı potansiyel bir çekim unsurudur, ancak iyi tanıtılmamaktadır... Oteller yöresel ürünlerin pazarlanmasında etkin olarak kullanılamamaktadır.”

K3. “Turizm daha da buralarda canlansın istiyorsak yetersiz.”

K4. “Değil, yeterli değil, sosyal medya kullanılarak, çeşitli etkinliklere, fuarlara katılarak bunu artırmak lazım, mevcut gelenlerin memnuniyetini artırarak bunların seneye yine gelmesini, eşini dostunu da yönlendirmesi sağlanabilir.”

K5. “Yeterli değil, artırılması lazım, bir master plan çerçevesinde bu işin profesyonel ellerden gerekli bütün devlet ve girişimci desteği sağlanarak, belediye desteği sağlanarak profesyonel ellerden yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum, çünkü şehrimizdeki turizmin tanıtıma aşırı derecede ihtiyacı olduğunu düşünüyorum, şehrimizi görsel ve sosyal medyada, televizyonlarda ve yurtdışındaki yayınlarda da mutlaka tanıttığımızda, bilhassa inanç turizmi, sağlık turizmi ve Erciyes dağ turizmi anlamında büyük potansiyel kazanacağımıza ben canı gönülden inanıyorum.”

K11. “Yeterli düzeyde değil, bunun daha iyi bir şekilde, daha doğru bir şekilde yapılabilir, bu konuda gerçekten belediye olsun Erciyes A.Ş. olsun özveri gösteriyorlar, yeterli mi? Yetersiz, toplumsal desteğin olmadığı hiçbir düşünce, amaç başarılı olamaz, toplumun desteğini alan, bu konuda turizmse turizm paydaşlarının desteğini alan, şehirse şehrin desteğini alan ve bu konuda profesyonel insanların hazırladığı bu tip tanıtımlar daha çok geliştirilebilir...”

K13. “Yok, hiçbir şekilde yeterli düzeyde değil, son derece amatör düzeyde, profesyonel bir bakış açısıyla baktığınız zaman profesyonellik hiç yok, el

yordamıyla gidiyor, doğru düzgün bir şekilde el atılması gerekiyor, her şeyden önce turizmcilerin bir birlik olması gerekiyor, maalesef Kayseri’de o birlik yok.”

K14. “Değil, aslında bölgenin kış turizm master planında 10 bin yatak kapasitesi hedeflendi, ama hedeflenen turizm yatırımlarına ulaşılamadı, yatak kapasitesinin 10 bin olması gerekiyor, yatırımlarda eksik kaldılar, restaurant, insanların gezebileceği, vakit geçirebileceği mekanlar olması gerekiyor...”

K16. “Değil, Erciyes Master Planı vardı, Mehmet Özhasseki zamanında zirveye ulaşmıştı, Haseki gittikten sonra master planı bitmiş, sıfır bir plan, yatırımcıları çekemiyor... Siz yapın işletin sonra bize devredin dersin kimse yatırım yapmaz. Herhangi bir medya olarak herhangi bir çalışma yok.”

K17. “Yeterli değil, şu anda Erciyes’te 50 adet otel planlaması vardı, işte altı yıl önceye kadar, otellerin şu anda beş, altısı var, geriye kalan otellerin hiçbirisi yok.”

K18. “Tanıtım yapılıyor, ama daha sonrasında tanıtım ve reklam faaliyetleri sunuluyor karşılığında gelen turiste yeterli hizmet verilemediğinden dolayı bir sonraki aşamada sıkıntılar yaşanıyor. Yani çok fazla altyapı çalışması, tesis, otel yeterli olmadığı için reklam yapıyorsun, tanıtım yapıyorsun, insanları buraya çağırıyorsun, buraya geliyor olumsuz etki yapıyor bu sefer, yani yatırımla reklamın orantılı gitmesi lazım.”

K19. “Kesinlikle yetersiz, çok daha fazlasının yapılması lazım, zaten zayıf kaldığımız en önemli noktalardan bir tanesi de pazarlama aşaması, oranın daha da fazla üzerine eğilerek daha profesyonel yaklaşımlarla daha fazla bütçeler ayrılarak yapılması gerekiyor. Bilirkişilerle bunların içerisinde turizm paydaşları ve akademik personelin olduğu çalıştayların organize edilmesi lazım, bu çalıştaylardan sonra yapılması gerekenler yol haritası şeklinde düzenlenmeli ve plan, program, strateji geliştirilerek hayata geçirilmesi lazım.”

K20. “Kesinlikle yeterli olduğunu düşünmüyorum, Kayseri’de potansiyeli kullanmıyor, istikrarlı turizm politikamız, oturmuş bir sistemimiz yok.”

Turizmin Kayseri’de Geliştirilmesi ve Faydalarının Artırılmasına Yönelik Öneriler

Katılımcılar turizm sektörünün Kayseri’de geliştirilmesi ve turizm faaliyetlerinden elde edilen faydaların artırılarak turizm odaklı kalkınmanın sağlanabilmesi için bazı eksikliklerin giderilmesi ve çeşitli uygulamaların gerçekleştirilmesine yönelik vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1. “Şu anda elimizde bir ürün var dağ gibi, bu dağda destekleyici oteller var, bence en kısa zamanda hızlı bir biçimde pazarlama faaliyetlerinin artırılması ve dağın sadece ve sadece kış turizmi değil trekking, spor dört mevsimde kullanılabilir bir hale getirilmesi için yapılmalıdır. Ürünlerin netleştirilmesi gerekiyor, örnek dağ ürünü, gastronomi, pastırma, sucuk bunların üzerinden net bir şekilde biz ürün koyma deriz, bir ürün koyması gerekiyor. Altyapısının turizm altyapısının personeliyle, çalışanlarıyla, tedarikçileri ile daha zincirleme bir şekilde desteklenmesi gerekiyor. ...yani algının değişmesi gerekiyor Kayseri’de, yerel halkın aslında bu konuda bilinçleneceği en güzel nokta para kazanması, ama şu anda böyle bir sektör yok Kayseri’de. Helal turizmden genel turizme geçilmesi gerekiyor, yani içki içmek isteyen adamın da burada içki içmesi gerekiyor. Yapılacak en önemli şey dağı dört ay kullanma, kışın kayak, yazın trekking, ilkbahar-sonbahar av... Halkı da hazırlamak gerek, yerel televizyonlarda haftanın bir günü burada olup biteni, burada yaşananları, dünden bugüne Kayseri kültürü işte buradaki tarihi birinin çıkıp anlatıp bunların turistlere açılabilceğini anlatması gerek.”

K2. “Esnaflara eğitim verilmesi lazım, satılan ürünlerde belirli standartların oluşturularak Kayseri ürünlerinin imajını koruması lazım, Kayseri’de turizmin süreç yönetimi çerçevesinde bir merkezden yürütülmesi lazım, şu anki dağınık yapı amaçlara ulaşım noktasında koordinasyon eksikliğine sebep olmaktadır. ...Kayseri’nin Türkiye’deki tüm AVM’lerde Kayseri mutfağı diye açılacak ve bu standartları koruyup tüm illerde tanıtımı yapacak markalara ihtiyacı var. İnsanların diyalog çerçevesinde, kurumların diyalog çerçevesinde geliştirilmesi gerek, kurumlar arası diyalog oldukça zayıf ve turizm gerçek bir amaç hüviyetinde değildir, sadece yan, tali bir faaliyet olarak yürütülmektedir.”

K3. “Dağ bölgesine hapsolmuş bir turizmden vazgeçebilirsek, yani sadece dağa hapsolmuş bir turizmden vazgeçebilirsek o zaman ekonomik faydası olacağını düşünüyorum. Şu anda dağ bölgesine hapsolmuş bir durumda turizm faaliyetleri, oteller kazanıyor, oradaki kayak işi ile ilgilenenler kazanıyor... Ne zaman ki biz bunları kapalı çarşıya çekebiliriz, örnek veriyorum ne zaman ki biz bunları farklı yerlerde gezmeye yönlendirebilirsek, Yahyalı’ya muhakkak gitmelerini sağlayabilirsek, orada halı, kilim almalarını, gidip gilaburunun tadına bakmalarını, pastırma, sucuktan daha fazla temin etmelerini, mantıya merak salmalarını sağlayabilirsek o zaman daha canlı olacağını düşünüyorum... Kültepe’nin hala bir müzesi yok... ...Koramaz Vadisi’ne de bir master planı yapılabilir... Kayseri’yi pazarlamadan önce bizim bütün turizm güzergahı diyebileceğimiz lokasyonlara dair altyapı çalışmalarını bitirmemiz lazım, yani turistler buraya geldiği zaman eğlencesinden alışverişine, kayak sporundan yamaç paraşütüne, mantı sıkmadan pastırma yemeye, Hürmetçi’de yoğurt yemekten at binmeye, Sindel Höyük’de sepet örmekten Develi’de kervansaray gezmeye, Bünyan’da halı almaktan, Yahyalı Kapuzbaşı’nda alabalık yemeye kadar ne kadar aktivite planlıyorsak, ne kadar lokasyonumuz varsa buraların altyapılarının tamamlanması lazım. İkincisi, buralara turist geldiği zaman buralarda illa bizim profesyonel turizmcilerin hizmet etmesine gerek yok, yerel halkın çok güzel bir şekilde eğitilip bizim turizm acenteleri ile işbirliği halinde çalışabilecek seviyeye getirmemiz lazım, en azından her lokasyonda, iki, üç, beş kişi olursa bunun devamını halk kendisi getirir zaten, kendileri birbirlerini eğitecektir, ama bizim her lokasyonda eğitilmiş iki, üç kişiye ihtiyacımız var, mümkünse bir tanesi İngilizce bilen, iyi kötü bir lise mezunu, az buçuk İngilizce bilen birilerine ihtiyacımız var. Üçüncüsü, bizim esnafımızın, ticaretle uğraşanların iyi bir eğitilmesi lazım, taksiciler bunun içinde ve turizm acentelerini ve rehberler, tur operatörleri bu işletmelerle oteller buna dahil bu işletmelere müşteri getirdikleri zaman komisyon dediğimiz gelirin paylaşılması diyebileceğimiz sisteme entegre olmaları lazım... Dördüncüsü, bu hazırlıklar bittikten sonra bizim için reklam değeri olabilecek her etkinlikte yer almamız lazım, yani reklam değeri olabilecek her türlü konuşma, yazı, görsel medya, yazılı medya, televizyon, radyo, internet, sosyal medya, ulusal medya, uluslararası medya, uluslararası dergiler buralarda bangır bangır bizim

Kayseri'yi pazarlamamız lazım. Bizim Kültepe gibi, Koramaz Vadisi gibi, Soğanlı gibi yeni gelişen değerlerin uzun vadeli master planlarını yapmamız, altyapılarını hazır hale getirmemiz ve gelecekte bunun gibi turizm etkinlikleri, aktiviteleri planlıyorsak buralarda onlara yönelik çalışmalar yapmamız lazım. ...iş fikirlerini belediye oluşturup bunları insanlara tanıtabilir, bunları pazarlayabilir, bir, iki tane girişimci seçip daha fazla televizyonlarda gösterip benzerlerinin yapılabileceğini inandırırorsa, Mimar Sinan Evi var, ama orada insanların ayrılırken alabileceği bir hediyelik eşya yok...

K4. "...Erciyes kış turizmi ve bu sağlık turizmi çok daha fazla geliştirilebilir güzel tanıtımlarla, buralara ulaşımı sağlaması, Erciyes'e yapılacak ilave eğlence alanları, ilave otellerle çok daha geliştirilebilir, kapasite 10 katına çıkarılabilir. ...eleman bulamıyoruz, okuldan mezun olan öğrenciler nereye gidiyor bilmiyorum. Gelip de burada çalışsalar."

K5. "Genel bir plan yok, aslında turizmi geliştirmek için bir master plan yapılması gerekiyor... Sağlık turizmi çalıştayı yaptık... ...gastronomi çalıştayı onu da yaptık... ...bu gibi çalıştayların inanç turizmi çalıştayı adı altında... ...tarih turizmi çalıştayı adı altında yenilerinin yapılarak bir turizm master planı çerçevesinde hepsinin tek tek hayata geçirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yatak kapasitemiz yeterli değil, biz 50 bin turisti ağırlayacağız sezon sonu itibariyle, ama bu 50 bin turistin büyük çoğunluğunu şehrimizdeki otellerde ağırlıyoruz, gelen yabancı turistler Erciyes'te konaklamak istiyorlar, ama tesislerimiz çok dolu, haliyle kısa süren, üç, dört ay gibi süren sezonun Erciyes'te bu gelen bütün misafirleri ağırlayacak altyapımız yok. Tesisler de şunu söylüyorlar, sadece kış turizmi potansiyeli yeterli olmuyor, bizim bu tesislerimizin verimliliği ve rantabl çalışması için yazları da burayı hareketlendirmek lazım diyorlar, işte bizim bahsettiğimiz turizm master planı ve Erciyes Master Planı çerçevesinde yazları da bu anlamda şehrimizde ülkemizin sıcak bölgelerinden insanları getirerek hareketlendirirsek yatak kapasitemiz artacak, etkinliklerimiz şehrimiz tarafından, şehrimiz insanları tarafından desteklenecek ve bir farkındalık olacak diye düşünüyorum. Ben Seyyid Burhaneddin Hz.'nin şehrimizde olması, birtakım dini unsurların St. George'un Avrupa ve Hristiyan alemi için aziz olan St. George'un şehrimizde doğmuş

olması... ..şehrimizde adına bir kilise olduğu... Yeşilhisarlı olması... ..inanç turizmi açısından çok kıymetli olduğu... Dünya konjonktürü olarak inanç turizmi çok ilerlemeye başladı ve gelir seviyesi çok yüksek insanlar tarafından tercih edilen ve belirli bir kültürel doygunluğa ulaştıktan sonra artık inancını yaşamak isteyen çok zengin bir kitlenin yapmış olduğu bir turizm dalı olduğu için şehrimize bu tip bir turizmi kazandırmak... ..buradaki bu kültürün dünyaya tanıtıldığında çok ciddi bir misafir kitlesini şehrimize çekebileceğimize inanıyorum. Bunun dışında İslam açısından da çok güzel inanç değerlerimiz var, tüm dünyanın tanıdığı ve saygı duyduğu Hz. Mevlana'nın hocası Seyyid Burhaneddin Hz.'nin şehrimizde yetişmiş bir alim olması, bir inanç lideri olması Şeyh Turesan Veli Hz., Hunat Hatun, ondan sonra Şemun Hz., Omuzu Güçlü Hz., Pagan inancına karşı verilen mücadelenin burada olması bunlar şehrimizin turizm dinamikleri açısından yeni yeni keşfedilen şeyler, turizmin bunlara ihtiyacı var, bu tip hikayelere ihtiyacı var, bunların el birliği ile gün yüzüne çıkarılması ile birlikte, tüm dünyadan aynı Kudüs'e insanların nasıl rağbeti varsa şehrimize de bir rağbet olacağına canı gönülden inanıyorum. ...Yeşilhisar Soğanlı beldesinin bez bebekleri... Hürmetçi çiftliğindeki yıldı atları fotoğrafçılar için büyük etki oluşturdu... Hürmetçi kahvaltısı... bu tip orijinal değerlerin artırılması lazım ve turizm imkanlarına sunulması lazım... ..şehrimizin mantı restaurantlarının sayısının artırılması lazım, mantının, pastırmanın, su böreğinin... Şehrimize yönelik ürünlerin menülere ve imkanlara sunulması lazım.”

K6. “Yerel yönetimlerle turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm firmaların belirli dönemlerde bir araya gelerek... ..istişare edilerek ne gibi projeler sunulmalı, ne gibi adımlar atılmalı konusunda dönem dönem istişare toplantısı yapılabilir, eksiklikler tespit edilebilir... Yeni alanlar insanların daha fazla ilgisini çekiyor yeni alanlar araştırılabilir, orada faaliyetler geliştirilebilir.”

K7. “Seyyid Burhaneddin Hz.'nin olması Kayseri için bence büyük bir nimettir... Bölgedeki bakir kalmış yerleri tespit edip oraların turizme kazandırılıp tüm Türkiye'ye, tüm dünyaya açabilmesi için araştırmaların daha iyi yapılabilmesi gerekir.”

K8. “Tanıtım en önemlisi, yerel halkın adapte olması, yatırımcıların bulunması, Kayseri’ye otel ve restaurant gibi farklı konseptlerdeki yatırımcıların bulunması gerekiyor, fuarlara katılımın olması gerekiyor, yurtdışındaki fuarlara, Erciyes kayak merkezinin daha faydalı kullanabilecek şeylerin araştırılması gerekiyor. Esnafın turistle olan ilişkilerinin nasıl olacağını yavaş yavaş zamanla anlaması gerekiyor. Turiste yönelik mal ve ürünlerin satılmasının teşvik edilmesi gerekiyor...”

K9. “Turizm teşvikleri ile ilgili belki Türkiye’de en az bu işten faydalanan şehir Kayseri... Kıyı turizmine verilen desteğin Anadolu içlerine de özellikle Kayseri’ye verilmesi lazım, Kayseri Kapadokya’yı domine edebilecek güce sahip bir şehir. Master planımızın olması lazım, bu master planı hazırlarken sadece Kayseri’ye özel değil, Kayseri Kapadokya’dan ayrılmaz bir bütün, Kapadokya master planının hazırlanması lazım... ..işbirliği şart... Üniversite, STK, merkezi idare temsilcileri ile yerel yöneticilerle, turizm firmalarıyla bir araya gelerek sosyal etkinlik yapan kişilerle, düzenleyen, organizasyonu yapan kişilerle bir araya gelip bir plan oluşturulması gerekiyor... Biz master planını yapmazsak ne yaparsak yapalım günü kurtarıyoruz. Bir de öyle kurumsal bir şey ortaya konulması lazım ki, bir akıl ortaya konulması lazım ki kişilere bağlı gitmemesi lazım. Kişilere bağlı giden her iş patlamaya hazır bomba gibi. Panayırların, sosyal etkinliklerin ve buna benzer şeylerin yapılması, artırılması gerekiyor. Esnaflarımızın geleneksel esnaflık algısının dışında turizm odaklı bir modelle dönüşmeleri gerekiyor. Bunu kıyafetleri ile, konuşmaları ile, yabancı dilleri ile yada sunumlarıyla bunu desteklemeleri lazım. ...bütün altyapı çalışmalarının yapılması gerekiyor...”

K10. “...yaz döneminde işte Kaniş Karum, Hürmetçi, Sultan Sazlığı, Yahyalı Şelalesi, Soğanlı, Koramaz Vadisi, merkezimizdeki kalemiz gibi çok önemli değerlerimiz var, bu değerleri nasıl pazarlamalıyız, neler yapmalıyız buna bakmamız lazım. Gelen turisti otelde yatırmayacaksınız, paket tur, günübirlik sürekli tur yapmak gerekiyor ki bu insanlara alışveriş turları yapmanız gerekiyor, kültür turları yapmanız gerekiyor, otelde bağımlı tutarsanız bu insanlar cebindeki parasını harcamazlar, harcamazlarsa da yerel ekonomiye bir katkısı

olmaz, yani gelen turisti özendirecek güzel kültür yolları çizip, burada da alışveriş yerleri tespit edilip bu şekilde bir tur yaptırılabilir.”

K11. “Erciyes’e gelen misafirlerin sosyal yaşam alanları yok, ibadet alanları yok, otelden dışarı çıkabileceği, alışveriş yapabileceği, eğleneceği, içebileceği veya başka aktivite yapabileceği bir mekan yok, o da Kayseri’nin en büyük eksikliği. ...paydaşlarla bir çalıştay düzenlenmeli... Kayseri’de kayak turizmi daha iyi nasıl geliştirilebilir, çok kısa dönem olan turizmi nasıl uzatabiliriz, spor turizmi, yüksek irtifa ile ilgili altyapı hazırlanmalı, kültür turizmi olarak St. George’un evi rehabilite edilebilir, bununla ilgili profesyonel, kendi alanında en iyisi olan acenta olsun, tur operatörü olsun her kimse anlaşmalar, görüşmeler yapılabilir ve çok kısa vadede bu altı aya çıkarılabilir. Vatikan’dan hac merkezi olarak kabul ettirilebilir, Katolik dünyasının ruhani lideri olan St. George Kayserimizde, dünyada yaklaşık 750 milyon Katolik var şu anda... 750 milyondan binde biri gelse, %10’u gelse zaten 75 milyon, 75 milyonun %10’u gelse 7,5 milyon, 7,5 milyonun %10’u gelse 750 bin, milyonda biri gelse Kayseri uçar...”

K12. “Kayseri’ye ciddi anlamda yatırımlar yapılabilir. ...otel yapılabilir, butik otel yapılabilir. Kayseri’de uluslararası festivaller yapılabilir... Çok önemli hava firmalarından bir tanesi ile Kayseri film çekimi yapılabilir, reklam çekimi yapılabilir...”

K13. “Bir kere dağa bir standart getirmek lazım... Öncelikle turizm altyapısını oluşturmak lazım, yabancı dil bilen personel yetiştirmek lazım, halkı bilinçlendirmek lazım... Kayseri’nin ön plana hemen sunulup çıkartılacak hiç keşfedilmemiş güzellikleri var, bunları ön plana çıkararak yurtdışında sürekli olarak hiç vazgeçmeden arka arkaya gidip tanıtımlar yapmak lazım, hedef pazarlar seçip o hedef pazarların sürekli kapılarını aşındırıp insanları Kayseri fikrine alıştırmak, Kayseri’ye gelmek için kafalarında bir imaj oluşturmak lazım... Kayseri’de birçok şey üretiliyor bu üreticilerin de turizme katılması lazım, destek vermesi lazım, tanıtım yapması lazım... Kayseri’ye gelen bir sürü Ukraynalı turist var, Kayseri’nin mesela Türkiye’de mobilyanın başkenti olduğunu biliyor mu? Herhangi biri bilmiyor, peki bunlar arasında mobilya işi

olan birisi olsa... Mobilya üretildiğinden haberi var mı? Yok, çünkü biz turistik şeyleri turistlere anlatmakta aciziz, bir de diğer ekonomik şeyleri anlatmamız lazım, mesela Amerika'da Atlanta'ya gittiğiniz zaman Coca Cola'nın üretim yeri olduğunu biliyorsunuz, Torino'nun Fiat'ın üretim yeri olduğunu biliyorsunuz, çünkü ön plana sanayilerini de koyuyorlar turizmi anlatırken.”

K14. “...gelen misafiri şehir merkezine indirmek, kültürel ve tarihi bölgeleri ticarileştirmek, turizme açmak, insanlara turizm eğitimi vermek, havaalanını, otogarı uluslararası hale getirmek, demiryolu ağlarını şehir içinden geçirmek...”

K15. “İl müdürlüklerinin daha etkili, faal olması gerekiyor, her türlü ürünün denetlenmesi ve standartlar getirilmesi gerekiyor... Daha fazla reklam yapılması gerekiyor... Pansiyon fiyatlandırmanın olması ekonomiye çok katkı sağlamıyor. Konaklamayı sadece oda+kahvaltı şeklinde yada sadece konaklama artı olarak hesap edilirse belki insanlar dışarıya çıkarak biraz daha dışarıdaki esnaflardan alışveriş yapıp, yemek yiyip diğer ekonomiyi de destekleyeceğini düşünüyorum.”

K16. “Belediyenin burada yüzlerce arsası var, satın özel sektörü destekleyebilir, en fazla iki yıl içerisinde, üç yıl içerisinde Erciyes bambaşka bir yer olur. Elindeki her şeyi saklarsan bir anlamı yok, Belediyelerle yatırımcıların buluşması gerekiyor.”

K17. “Daha fazla reklam yapılabilir, radyoda olsun, televizyonda olsun, sosyal medyada olsun... ..gezilecek yerler için turistik dergiler basmak olabilir, havaalanlarında bu bilgileri paylaşmak olabilir, gelen turistler adına.”

K18. “Yatırımcıya destek verilmesi lazım, önündeki engeller, bürokratik engellerin kaldırılması lazım ve altyapı çalışmalarına daha önem vermek lazım.”

K19. “Onun için çevredeki destinasyonlarla özellikle Kapadokya ile entegre edilerek çeşitli tur programları yapılabilir. Kapadokya önemli bir çekicilik, Kayseri kış aylarında özellikle önemli bir çekicilik, ikisi entegre edilerek önemli tur programları yapılabilir. Yine Malatya tarafında Darende gibi çekicilikler var, Sivas tarafında çekicilikler var, onlarla da günübirlik, belki iki günlük çeşitli tur

programları yapılarak bu bölgede zenginleştirilebilir. Bizzat yerelde çalışan esnafın, küçük ve orta büyüklükteki esnafın bu işin içerisine dahil olması lazım, yani paydaşların bu işin içerisine katılması lazım. Örneğin çarşının içerisinde pastırma, sucuk satan esnaflar var, o esnaflar mesela Erciyes'te ne olup bittiğinden bihaberler, Erciyes'e gelen giden turistlere çarşının gezdirilmesi lazım, gezdirildikten sonra o esnaftan alışveriş yapılması lazım, bununla beraber de esnafı da turizme çekmek için çeşitli kampanyalar, projeler yapmak lazım... Bunun haricinde seyahat acentalarının çeşitli uygulamalar yapması lazım, acentalar, turist rehberleri, buraya tur getiren tur operatörlerinin entegre bir şekilde çalışması lazım.”

K20. “Önce kayak merkezinin kapasitesi daha fazla artırılabilir, çevre düzenlemesi şartlara uygun şekilde yapılabilir, mesela Davos'ta ekonomik zirve yapılıyor, Erciyes'te de kongre merkezi yapılabilir, terapi merkezi yapılabilir, özellikle yiyecek-içecek işletmeleri ve hizmetleri daha kaliteli hale getirilebilir, gastronomi konusunda daha çok tanıtım ve çalışma yapılması lazım, turizm çalışmaları sadece merkezde değil Kayseri'nin diğer bölgelerine de yayılmalıdır. Mesela off road, doğa yürüyüş parkurları, kampçılık, paraşüt sporu, doğal yaşam alanları, hobi alanları bunlar yoksa yapılabilir, varsa da daha çok çalışma ve tanıtım ile desteklenmelidir. Yöresel ürünlerin daha çok tanıtılması lazım, yerel halkın ve esnafın da bilinçlendirilmesi lazım bu konuda, profesyonelce yapılması lazım bütün sürecin.”

Tablo 17, turizm odaklı kalkınmanın sağlanması açısından mülakata katılan katılımcılar ile yine çalışmanın 2.3. bölümünde ele alınan ülke uygulamalarının karşılaştırılmasını göstermektedir. Bu çerçevede katılımcıların Kayseri bölgesinin kalkınması için ortaya koydukları öneriler ile diğer seçilmiş ülke destinasyonlarının uyguladıkları politikaların karşılaştırılması imkanı ortaya konulmaktadır.

Tablo 17. Turizm Odaklı Kalkınmanın Sağlanmasında Katılımcıların Önerileri İle Çalışmada Ele Alınan Diğer Ülkelerden Seçilen Örnek Destinasyonların Uygulamalarının Karşılaştırılması

(Katılımcıların Önerileri) Mülakat Katılımcılarının Kayseri Bölgesi Hakkındaki Önerileri	Dünyadan Seçilen Örnek Destinasyonların Uygulamaları (Big Sky, Montana/Manchester/Torino/Güney-Batı Planlama Bölgesi)
Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması	Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri artırılmış ve bu konuda bir plan oluşturulmuş
Turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması	Turizm faaliyetleri çeşitlendirilerek 12 aya yayılmış/Destinasyonun turizm potansiyeli harekete geçirilmiş ve mevsimsellik sorunu ortadan kaldırılmış
Yatırımların ve kapasitenin artırılması	Yatırımlar artırılarak kapasite genişletilmiş/Teknolojik ve inovatif yatırımlar yapılarak destinasyon daha çekici hale getirilmiş
Altyapı ve üstyapının geliştirilmesi	Altyapı ve üstyapı iyileştirilmiş
Bölgeye yönelik algının değiştirilmesi	Algı olumlu yönde geliştirilmiş
Yerel halkın bilinçlendirilmesi ve turizm sektörüne katılımının sağlanması	Yerel halk bilinçlendirilerek turizm sektörüne katılımı sağlanmış
Yerel esnaf ve halkın eğitilmesi	Yerli işletmeciler ve yerel halk eğitilmiş
Bölgeye özgü tüm ürünlerin tanıtılması/Yöresel ürünlerin standartlaştırılması ve sunulması	Bölgeye özgü tüm ürünler tanıtılmış (endüstriyel ürünler vb.)/Yöresel ürünler standartlaştırılarak uluslararası alana sunulmuş
Marka ve imajın geliştirilmesi	Marka değeri artırılmış ve imaj olumlu yönde geliştirilmiş
Destinasyon yönetim örgütü oluşturulması	Destinasyon yönetim örgütü oluşturulmuş ve destinasyon tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde yönetilmiş
Paydaşlar arasında işbirliği ve koordinasyonun sağlanması	Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyon sağlanmış/Paydaşlarla stratejik ilişkiler kurulmuş
Turizm faaliyetlerinin tek bir alt bölge yerine tüm bölgeye yayılması	Turizm faaliyetleri kent geneline yayılmış ve çevre destinasyonlarla desteklenmiş
Genel bir turizm master planı oluşturulması	Bütün faaliyetlerin detayını içeren kısa, orta ve uzun vadeli genel turizm planları oluşturulmuş
Bölgede çeşitli turlar (paket tur) düzenlenmesi	Hem kent genelini hem de çevre destinasyonları kapsayan çeşitli turlar (şehir turu, paket tur vb.) düzenlenmiş
Bütün tanıtım ve pazarlama araçlarının ulusal ve uluslararası alanda kullanılması	Bütün tanıtım ve pazarlama materyalleri bir plan çerçevesinde ulusal ve uluslararası alanda etkili bir şekilde kullanılmış
Girişimci ve yatırımcıların teşvik edilmesi veya özendirilmesi/Yatırımcıların cezbedilmesi ve bölgeye çekilmesi	Girişimcilere veya yatırımcılara finans desteği sağlanmış, böylece yatırımcılar bölgeye çekilmiş
Yatırımların çeşitlendirilmesi	Turizm konusunda veya turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak çeşitli yatırımlar yapılmış
Yatırım prosedürlerinin kolaylaştırılması	-----
Turizm işletmelerinin nicelik ve niteliklerinin artırılması	Turizm işletmelerinin sayıları ve sundukları mal veya hizmetlerin kaliteleri artırılmış
Nitelikli işgücü eksikliği	-----
Özel sektörün desteklenmesi	Özel sektör resmi veya özel kurumlar tarafından desteklenmiş
Bölgeye yönelik devlet teşviklerinin artırılması	Destinasyonlar devlet ve özel sektör işbirliği kapsamında desteklenmiş (finans vb. açılardan)
Ulaşılabilirliğin artırılması	Ulaşılabilirlik imkanları artırılmış
Konaklama işletmelerinin ürün veya hizmet fiyatlandırma politikalarının değiştirilmesi (Tam pansiyon yerine oda+kahvaltı gibi)	-----
Kayseri'nin çevresindeki destinasyonlarla entegre edilmesi	Çevredeki destinasyonlar ve çekicilikler ile entegre edilerek pazarlanmış ve tanıtılmış (böylece turizm tüm yıla yayılmış ve mevsimsellik sorunu ortadan kaldırılmış)
Destinasyonun farklılaşması gerektiği/Sadece tek bir noktaya odaklanılmamalı	Teknoloji ve inovasyona odaklanılarak destinasyonun farklılaşması ve rekabet gücü kazanması sağlanmış
Daha fazla bütçe ayrılması	Turizm sektörünü geliştirme konusunda önemli sayılabilecek bütçeler ayrılmış (özellikle tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ve yatırım konusunda)
Uluslararası etkinliklerin düzenlenmesi	12 aya yayılmış bir şekilde sürekli olarak uluslararası nitelikte etkinlikler organize edilmiş (mevsimsellik sorununun önlenmesine katkı sağlanmış)

Tablo 17’de turizm sektörünün Kayseri’de geliştirilmesi ve turizm faaliyetlerinin bölgeye yönelik faydalarının artırılarak turizm odaklı kalkınmanın sağlanabilmesi için mülakat yöntemi ile toplanan veriler (katılımcıların görüşleri) ile Bölüm 2.3.’de incelenen dünya örneklerinin uygulamaları karşılaştırılmıştır. Böylece Kayseri ilinde turizm sektörünün geliştirilmesi ve elde edilen faydaların artırılmasına yönelik önerilerin uygulamaya konulması ile daha etkili veya başarılı sonuçlar elde edilebileceği öngörülmektedir. Tablo 17’de de görüldüğü üzere, araştırma katılımcılarının görüşleri ile dünyadan seçilen örnek destinasyonların uygulamaları genellikle tutarlılık göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların bu konudaki görüşleri daha önceki başlıklar altında incelenen görüşleri ile tamamen örtüşmektedir. Bu durum ise mülakat verilerinin doğruluğunu, geçerliliği ve güvenilirliğini desteklemektedir. Bu tutarlılık gösteren görüşlere ilave olarak katılımcılar, yatırım prosedürlerinin kolaylaştırılması, nitelikli işgücü eksikliği ve konaklama işletmelerinin ürün veya hizmet fiyatlandırma politikalarının değiştirilmesi hususunda farklı önerilerde bulunmaktadır. Ayrıca bu tablodan Kayseri bölgesinde turizm ile ilgili yatırım, tanıtım ve pazarlama, altyapı ve üstyapı, ulaşılabilirlik, bütçe, strateji, politika, plan veya program, işbirliği, koordinasyon, teşvik ve destek, algı, marka ve imaj, rekabet, destinasyon yönetimi ve turizm potansiyelinin değerlendirilmesi hususunda eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların bu başlık altında ifade ettiği görüşlerin önceki başlıklar altında değerlendirilen görüşleri ile benzer doğrultuda olduğu görülmektedir. Bu durum ise çeşitli başlıklar altında değerlendirilen katılımcı görüşlerinin önemli ölçüde birbirini desteklediği veya doğruladığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, öncelikle turizm faaliyetlerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerinin ortaya konulması ve Kayseri ilinin kalkınma sürecinde turizm sektörünün rolünün incelenmesi olarak belirlenmiştir. Ayrıca Kayseri ilinin turizm potansiyelinin tespit edilmesi ve bu potansiyelin bölgenin kalkınmasını destekleyen bir faktör olup olmadığı hususu da bu araştırmada incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacına ulaşmak maksadıyla ulusal ve uluslararası literatür taranmış, gözlem, doküman analizi ve mülakat gibi çeşitli araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde kalkınma ve bölgesel kalkınma hakkında bir kavramsal çerçeve oluşturulmuş, bölgelerarası eşitsizlik veya dengesizlik ile buna neden olan faktörler incelenmiş, bölgesel kalkınma politikaları ve araçları ele alınmıştır. Sonrasında ise bölgesel kalkınmanın bir aracı olarak turizm sektörü değerlendirilmiş ve turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik geniş bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Birinci bölümün sonucu olarak öncelikle kalkınma veya bölgesel kalkınmanın sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalarının ortaya çıkarılması ve bunun ancak sürdürülebilirlik politikalarına odaklanması ile sağlanabileceği hususu tespit edilmiştir. Ayrıca bölgelerarasında mevcut olan kalkınmışlık farklılıkları veya eşitsizliği azaltmaya yönelik bazı unsurlar ortaya konulmuştur. Literatür taraması sonucunda turizm faaliyetleri ile bölgesel kalkınma arasında daha çok pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede bölgesel kalkınmanın bir aracı olarak turizm sektörünün tercih edilmesi hususunda pozitif ve eleştirel olmak üzere iki farklı yaklaşım (Bkz. Tablo 3.) ortaya konulmuştur. Pozitif yaklaşım, bölgesel kalkınmanın bir aracı olarak turizm sektörünün tercih edilmesine odaklanırken, eleştirel yaklaşım ise turizm sektörünün tercih edilmesinin risklerini ortaya koymaktadır. Çalışmada turizm sektörünün bölgesel kalkınma aracı olarak tercih edilmesinde bu iki yaklaşımın da dikkate alınması gerektiği ifade edilmiştir. Son olarak bu bölümde “sürdürülebilir turizm” veya “toplum temelli turizm” türlerinin bölgesel

kalkınmanın sağlanması ve geleceği açısından önemli ve etkili olduğu hususu tespit edilmiştir (Bkz. Bölüm 1.6.).

Çalışmanın ikinci bölümünde ilk olarak turizm sektörünün sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri olumlu ve olumsuz açılardan incelenmiş, bu etkilerin yönetilmesi ve faydaların artırılmasına yönelik çeşitli öneriler sunulmuş ve turizm sektörünün bölgesel kalkınmadaki önemi ve rolü daha çok teorik olarak değerlendirilmiştir. Daha sonra ise turizm odaklı bölgesel kalkınma açısından ülkeler arasından seçilen çeşitli örnek destinasyonlar (ABD/Big Sky, Montana; Birleşik Krallık/Manchester; İtalya/Torino; Makedonya/Güney-Batı Planlama Bölgesi) incelenmiş ve Kayseri ili ile karşılaştırılmıştır. Bu destinasyonların seçilmesinde Kayseri ilinin kalkınmasında önemli olabilecek ortak çekicilik unsurları etkili olmuştur. İkinci bölümün sonucunda ilk olarak turizm sektörünün bölgesel kalkınma üzerinde büyük bir öneme sahip olduğu, ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel vb. açılardan bazı olumsuz etkileri olsa da çok sayıda fayda oluşturduğu ve kalkınma açısından önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir. Bu durum birinci bölümdeki literatür taraması ile ortaya konulan turizm sektörü ile bölgesel kalkınma arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucunu da desteklemektedir. Bu bağlamda turizm sektörünün önemli bir bölgesel kalkınma aracı olduğu söylenebilir. Daha sonra ise turizm odaklı bölgesel kalkınma açısından incelenen dünya örneklerinden Kayseri iline yönelik çeşitli politika ve uygulama önerileri (Bkz. Bölüm 2.4.) sunulmuştur. Bu çerçevede Kayseri ilinin önemli bir turizm destinasyonu olması için (1) *turizm paydaşları arasında işbirliğine önem verilmesi*, (2) *etkili bir stratejik plan oluşturulması*, (3) *girişimciliğin ve yatırımların teşvik edilmesi*, (4) *yeni teknolojilere yatırım yapılması*, (5) *sürdürülebilirliğe odaklanılması*, (6) *ulaşılabilirliğin artırılması*, (7) *kalite, imaj, marka, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik uygulamaların geliştirilmesi* ve (8) *rekabet avantajı kazanmak için inovasyona (sürekli olarak inovatif yatırımların yapılmasına) yönelik politikaların uygulamaya konulması* gerektiği tespit edilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde öncelikle Kayseri ilinin karakteristik özellikleri, sosyo-kültürel, demografik ve sosyo-ekonomik yapısı turizm sektörü açısından analiz edilmiş ve sonrasında Kayseri ilinin turizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Bu bölümün sonucunda Kayseri'nin geçmişte çok kültürlü bir sosyal yapıya sahip olması, kadim bir tarihi geçmişi ve çok sayıda çekicilikleri olması ve bu özelliklerini geliştirerek tarihsel,

kültürel ve sanatsal açılardan çeşitli değerler ortaya koymasının kente turizm açısından önemli bir nitelik ve imaj kazandırdığı konusunda tespitler yer almıştır. Özellikle Kayseri halkının girişimci kabiliyeti, ticarete olan ilgisi, ticari zekası, Kayserili birçok sanayici, iş insanı, politikacı ve yatırımcının olması, kentin önemli bir coğrafi ve stratejik konumda yer alması, toplumun konuksever olmasının yanında, zengin mutfak kültürü, halıcılık, kilimcilik, bakırcılık, el işleri ve taş ve ahşap işlemeciği gibi tarihi, kültürel ve sanatsal açıdan çekiciliklere sahip olması gibi çok sayıda faktörün turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesine yönelik önemli avantajlar sağladığı tespit edilmiştir.

Aynı zamanda Kayseri ilinde turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek turizm işletmeleri (konaklama, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, etkinlik veya aktivite, boş zaman değerlendirme, gezi veya tur, alışveriş vb. hizmet sunan) altyapı, üstyapı, ulaşılabilirlik, iletişim, haberleşme, bankacılık, sağlık, güvenlik vb. birçok açıdan modern tesislerin varlığı ve belirli standartlara ulaşılmış olmasının, ayrıca daha öncede belirtilen çekiciliklere sahip olunmasının kente olumlu bir destinasyon imajı kazandırabileceği ve turistlerde olumlu izlenim oluşturarak onların memnuniyet düzeylerini artırabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca Kayseri ilinde turizm faaliyetlerinin daha da geliştirilmesi için sunulan tüm hizmetler ile altyapı, üstyapı vb. faktörlerin de modern, özellikle inovatif ve yeni teknolojilere odaklı bir şekilde geliştirilmesinin gerektiği vurgulanmıştır.

Kayseri’nin turizm potansiyeli genel olarak incelendiğinde, Kayseri’deki turizm türlerinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu ve kentin önemli sayılabilecek bir turizm potansiyelinin bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Bu turizm potansiyelinin etkili, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde değerlendirilmesi ve turizm türlerinin birbirine entegre edilerek paket turlar şeklinde tanıtım ve pazarlamasının yapılması durumunda, turizm faaliyetlerinin Kayseri’de tüm yıla yayılabileceği, diğer bir ifade ile mevsimsellik sorununun ortadan kalkabileceği, kentin daha fazla turist çekeceği, turistlerin daha fazla turizm faaliyetine katılarak konaklama süresini uzatabileceği ve böylece kişi başı turist harcamasının artacağı veya daha fazla turizm geliri elde edileceği ifade edilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise araştırmanın amacı doğrultusunda Kayseri ilinde bir alan araştırması yapılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın evrenini oluşturan Kayseri’deki tüm turizm paydaşları arasından seçilen 20 temsilci ile bir örneklem tespit

edilmiştir. Örneklemi oluşturan 20 turizm sektörü paydaşına yönelik nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat tekniği kullanılarak araştırma verileri toplanmıştır. Toplanan veriler ise betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiş ve katılımcıların görüşleri arasında ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu çerçevede Kayseri ilinde gelişmeye başlayan turizm faaliyetlerinin birtakım olumlu sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalar ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Bu faydalar; (1) sosyo-ekonomik faydalar; *şehre dışarıdan para girişi sağlaması, istihdam ve gelir fırsatları oluşturmaları, diğer sektörleri canlandırması, yatırımları artırması, döviz girdisi sağlaması, satışları artırması, alternatif bir sektör görevi üstlenmesi ve şehrin uluslararası piyasalarda daha fazla yer almasını sağlaması* olarak sıralanmaktadır, (2) sosyo-kültürel faydalar; *Kayseri'nin bilinirliğini, markalaşma ve tanıtımını artırması, şehrin imajına ve şehrin değerlerinin (yöresel ürünler, tarihi ve kültürel değerler vb.) tanıtılmasına yönelik pozitif katkılar sağlaması, insanların ufkunu genişletmesi, toplumun dışa dönük (sosyal ilişkileri güçlü) bir yapıya dönüşmesini ve insanların sosyal ağlarını (networkleri) geliştirmesine katkıda bulunması, sosyalleşme, kültürel kaynaşma ve kültürel etkileşimi sağlaması, yerel halka aidiyet duygusu ve yeni veya farklı bir bakış açısı kazandırması, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasını sağlaması, bölgede yaşayanların bilinçlenmesine katkıda bulunması, sosyal çeşitlilik oluşturmaları, yabancı dil öğrenimini teşvik etmesi ve şehirde bulunan turizmle ilgili tüm unsurların veya süreçlerin (işletme, ürün veya hizmet vb.) kalitesinin artırılmasını teşvik etmesi* olarak ifade edilmekte ve (3) çevresel faydalar ise *çevrenin temiz ve bakımlı tutulmasını teşvik etmesi, doğanın korunmasını sağlaması, çevre düzenlemesini ve altyapı ve üstyapı gelişimini teşvik etmesi* olarak sıralanmaktadır.

Bu bulgular, turizm sektörünün bölgede faaliyet göstermesi ile o bölgede istihdamı artırdığı, altyapı ve üstyapıyı geliştirdiği, yeni iş alanı oluşturduğu, diğer sektörleri canlandığı, döviz geliri sağladığı, arazi fiyatlarını artırdığı (Mescon ve Vozikis, 1985; Milman ve Pizam, 1988; Andrew, 1997; Haley, Snaith ve Miller, 2005; Belisle ve Hoy, 1980; Ribeiro, Da Silva, Andrade ve De Souza, 2017; Jingyi ve Chung-Shing, 2018; Jones ve Munday, 2001; Balaguer ve Cantavella-Jorda, 2002; Young, 1976; Getz, 1980; James, 1998; Ritchie ve Hall, 1999; K C ve Gewali, 2014; Rhaman, 2016; Metaxas ve Karagiannis, 2016; Tunçbilekli, 2006; İzgi, 2007; Demiral, 2012; Kavalcı, 2018), yerel halk için ek gelir fırsatı oluşturduğu (Boonpat, 2010), çarpan etkisi ortaya çıkardığı,

ekonominin tek bir sektöre bağılı olmasını önlediği (Motumi, 2013), yatırımları artırdığı (Niewiadomski, 2011), satışları artırdığı (Lemos, 2017), bölgelerarası eşitsizlikleri ortadan kaldırdığı, girişimciliği artırdığı (Kamau, 1999; Lv, 2019; Durgun, 2006; Medeuov, 2013; Susan, 2016), vasıfsız kişilere iş imkanı oluşturduğu (Lama, 2012), çevreyi korumayı teşvik ettiği (Neves, 2006), yaşam standartlarını iyileştirdiği (Li, 2005; Homlong ve Springler, 2016), devlete gelir sağladığı (Oladottir, 1992), kültürel mirasın korunmasına yardımcı olduğu, barış ve hoşgörüyü teşvik ettiği (Kaifi, 1998), bölgenin tanıtımını sağladığı (Brenner ve Aguilar, 2002; Soner, 2013), tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile tutarlılık göstermektedir.

Turizm sektörünün Kayseri’de henüz yeni gelişmeye başlamış olması, gelen ziyaretçilerin bilinçli olması ve bölgede kısa süreli konaklaması gibi nedenlerden dolayı turizm faaliyetlerinin genellikle Kayseri’de olumsuz bir etki ortaya çıkarmadığı, ancak istisnai olarak transfer hizmetini sağlayan araçların egzoz gazları ve alışverişte “kazıklama” (fiyat konusunda aldatma) gibi olumsuz etkiler ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Endişe duyulan gelecekte oluşabilecek muhtemel olumsuz etkiler ise alkol tüketiminin artması, kültür yozlaşması, kapkaç, gasp, hırsızlık ve yabancı düşmanlığı olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, Faulkner ve Tideswell (1997), King, Pizam ve Milman (1993), Doxey (1975), Belisle ve Hoy (1980) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu bulguya dayanarak özellikle sürdürülebilirlik politikalarının oluşturulması ve yerel halkın ve esnafın eğitilmesi veya turizm konusunda bilinçlendirilmesinin gerektiği ifade edilebilir.

Diğer taraftan turizm sektörünün sağladığı faydaların Kayseri ilinin gelişmesine büyük ölçüde olmasa da katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu katkının küçük ölçüde veya kısmi olmasının nedenleri ise (1) *turizm sektörünün bölgede yeni gelişiyor olması*, (2) *yatırımların yetersiz olması*, (3) *şehrin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılamaması*, (4) *yerel halkın turizm kültürü ve bilincine sahip olmaması*, (5) *turizm altyapısının yetersiz olması*, (6) *rekabet avantajı sağlayamama*, (7) *tanıtım ve pazarlama eksikliği*, (8) *mevsimsellik* ve (9) *yerel halkın ve esnafın turizm sektörüne tam anlamıyla adapte olamaması* olarak ortaya çıkmaktadır. Bu eksikliklerin ortadan kaldırılması durumunda turizm sektörünün gelişmesi ile Kayseri’nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişkinin paralel bir şekilde ilerleyeceği, diğer bir ifade ile turizm sektörünün ilin kalkınmasına yönelik bir ivme kazandıracığı söylenebilir. Bu sonuç, Brenner ve

Aguilar (2002), Homlong ve Springler (2016), Ncube (2013), Durgun (2006), İzgi (2007), Susan (2016), Sağlık (2011), Kızıldemir (2017), Şeker (2011) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Turizm sektörünün Kayseri’de gelişmesi için olumlu yönde yaklaşım sergilendiği ve turizm sektörü paydaşlarının “turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte Kayseri ilinin de sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan gelişeceği” algısına sahip oldukları hususu çalışmanın bir diğer önemli bulgusu olarak ifade edilebilir. Bu bulgular ise turizm sektörünün bölgede daha fazla geliştirilebilmesi açısından paydaşların istekli olduğunu göstermektedir.

Ayrıca yerel yönetimlerin kış turizmi, gastronomi turizmi, sağlık turizmi, doğa turizmi, kültür turizmi, yamaç paraşütü, tarih turizmi, inanç turizmi ve balon turizmi potansiyelini kullanarak yeni ve alternatif turizm alanlarına yöneldiği ve bu turizm potansiyelini harekete geçirerek Kayseri’nin ekonomik gelişiminde önemli bir araç olarak kullanmaya çalıştığı gözlenmektedir.

Diğer taraftan Kayseri’de genel bir turizm geliştirme stratejisi ve planının olmadığı, ayrıca yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının ise genellikle yetersiz olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu gelecekte Kayseri’de turizm faaliyetlerinin gelişebilmesi için planlamanın ve ortak bir strateji geliştirmenin gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Yine bu çerçevede turizm paydaşları arasında işbirliğinin eksikliği, yatırımcıların çeşitli nedenlerle (yap-işlet-devret modeli, politika eksikliği, turizmin 12 aya yayılamaması/mevsimsel olması) bölgeye çekilememesi, tanıtım ve pazarlama araçlarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılamaması, gereken bütçenin ayrılmaması, destek veya teşviklerde eksikliklerin olması ve uygulamaların kişiye bağlı olarak ilerlemesi gibi nedenlerden dolayı Kayseri’deki turizm yatırımı, tanıtım ve pazarlamasının yeterli olmadığı hususları tespit edilmiştir.

Tablo 18, Kayseri bölgesinde turizm odaklı kalkınma politikaları izlenirken karşılaşılan başlıca sorunlar ve bunlarla mücadeleyle yönelik uygulamaya konulması tavsiye edilen önerileri göstermektedir.

Tablo 18. Turizm Odaklı Kalkınmada Karşılaşılan Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri

Karşılaşılan Sorunlar	Çözüm Önerileri
<i>Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin nispeten sınırlı olması</i>	- Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri daha fazla bütçe ile bir plan çerçevesinde yapılabilir. - Kayseri'nin çekicilikleri yurt dışındaki havalimanlarında tanıtılabilir. - Kentin çekicilikleri film, şarkı, reklam, sosyal medya, rehber vb. görsel-işitsel ve yazılı araçlar ile turistlere sunulabilir. (Örneğin Kapadokya'nın ismi Çince bir şarkıda geçiyor, Kayseri veya Erciyes isminden de bir şarkıda söz edilebilir). - Kent artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi ile tanıtılabilir. - Uluslararası fuarlarda veya etkinliklerde tanıtılabilir. - Uluslararası alandaki seyahat acentaları ve tur operatörleri ile anlaşmalar yapılabilir. - Yerel seyahat acentaları ve tur operatörleri teşvik edilebilir.
<i>Turizm faaliyetlerinin daha çok belirli bir sezona yoğunlaşması</i>	- Kayseri Kalesi, Mimar Sinan Evi, Seyyid Burhaneddin Hz., St. George vb. kentin değerleri ve çekicilikleri inanç, kültür ve tarih turizmi kapsamında öne çıkarılabilir. - Kapuzbaşı Şelaleleri, Erciyes Dağı, Sultan Sazlığı, Soğanlı Vadisi vb. çekicilikler doğa turizmi kapsamında tanıtılabilir ve bu alanlarda düzenli olarak etkinlikler organize edilebilir. Ayrıca Kapadokya destinasyonu ile entegre edilebilir. - Kentin gastronomik değerleri (pastırma, sucuk, mantı vb.) ile ilgili festivaller yapılabilir. - Yamaç paraşütü daha ön plana çıkarılabilir.
<i>Yatırımların ve kapasitenin sınırlı olması</i>	- Özellikle teknolojik ve inovatif yatırımlar (akıllı turizm destinasyonu uygulamaları vb.) yapılarak destinasyon daha çekici hale getirilebilir. - Bölgedeki konaklama işletmelerinde yatak kapasitesi artırılabilir.
<i>Altyapı ve üstyapının istenen ölçüde gelişmemiş olması</i>	Turizm sektörüne yönelik alt ve üstyapının niteliği artırılabilir ve daha modern bir biçimde geliştirilebilir. (Örneğin havalimanı daha modern ve daha fonksiyonel bir biçimde yeniden yapılabilir).
<i>Şehre yönelik algının genelde olumsuz olması</i>	- Tanıtım, pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında reklam, propaganda vb. araçlar ile turistler etkilenebilir. Bu durumda olumlu bir izlenim oluşturmak için yerel esnaf ve halkın eğitilmesi de oldukça önemlidir. - Ulusal ve uluslararası alandaki ünlü kişilerle reklam çekimleri yapılabilir.
<i>Yerel halkın bilincinin ve turizm sektörüne katılımının yetersiz olması</i>	- Yerel televizyonlarda turizm konusunda halka yönelik sürekli olarak programlar yapılabilir. - Turizm ile ilgili broşür, kitap, dergi vb. bilgilendirici materyaller dağıtılabilir ve sektörün sağlayacağı faydalar anlatılabilir. - Yerel halkın turizme katılımı teşvik edilebilir.
<i>Yerel esnaf ve halkın turizm hakkında eğitim düzeyinin yetersiz olması</i>	Bilgilendirici toplantılar, rehberler, TV programları vb. araçlar ile yerel esnaf ve halkın turistlere nasıl davranması veya turizm konusunda ne yapması gerektiği anlatılabilir.
<i>Bölgeye özgü tüm yöresel ürünlerin tanıtımında yaşanan sorunlar</i>	- Bölgeye özgü tüm ürünler (yöresel, endüstriyel ürünler vb.) için uluslararası sertifikalar alınabilir ve uluslararası fuarlarda veya etkinliklerde tanıtılabilir. - Bölgeye gelen turistlere bölge ürünlerinin tanıtıldığı

	kitaplar dağıtılabilir.
<i>Marka ve imajın yeterince geliştirilememesi</i>	- Bölgeye gelen turistlerin memnun ayrılması sağlanabilir. (Örneğin turistler giderken havalimanında soğanlı bebeği gibi hediyeler dağıtılabilir). - Sürdürülebilirlik politikaları ile çevreye duyarlı bir destinasyon imajı geliştirilebilir. - Bölgenin diğer destinasyonlardan farklılaşması sağlanabilir. (Örneğin bölge akıllı turizm destinasyonu olarak geliştirilebilir). Bu konuda tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması oldukça önem arz etmektedir. (Örneğin uluslararası alanda ünlü kişilerle anlaşma yapılarak bölgenin çekiciliklerini tanıtan bir film çekilebilir veya çekicilikler yabancı ülkelerdeki billboardlarda gösterilebilir).
<i>Destinasyon yönetim örgütünün olmaması</i>	Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde yönetilen bir destinasyon yönetim örgütü, diğer bir ifade ile “Entegre Destinasyon Yönetim Örgütü” oluşturulabilir.
<i>İşbirliği ve koordinasyonun yetersiz olması</i>	- Tüm turizm sektörü paydaşları ile işbirliği ve koordinasyonun sağlanması veya paydaşlarla stratejik ilişkiler kurulması için düzenli olarak toplantılar yapılabilir. - Bu konuda her paydaşa bir görev verilebilir.
<i>Turizm faaliyetlerinin daha çok tek bir bölgede yoğunlaşması</i>	Bölgedeki inanç turizmi, doğa turizmi ve kültür ve tarih turizmi gibi turizm türlerinin potansiyelinin harekete geçirilmesi sağlanabilir. Bunun için rotalar oluşturulabilir ve gelen turistlere yönelik turlar düzenlenebilir.
<i>Genel bir turizm master planının olmaması ve planların kişiye bağlı olması</i>	- Bütün faaliyetlerin detayını içeren kısa, orta ve uzun vadeli genel turizm planları oluşturulabilir. Bu planların oluşturulmasında bütün paydaşların görüşünün alınması veya işbirliğinin sağlanması oldukça önemlidir. - Destinasyon yönetim örgütü ile uygulanacak planların eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesi sağlanabilir.
<i>Bölgedeki tur (paket tur) organizasyonlarının yetersiz olması</i>	- Hem kent genelini hem de çevre destinasyonları kapsayan çeşitli turlar (şehir turu, paket tur vb.) düzenlenebilir. (Örneğin Erciyes Dağı, Soğanlı Vadisi, Kapuzbaşı Şelaleleri, Sultan Sazlığı, Mimar Sinan Evi, Kayseri Kalesi, St. George’un Evi, Seyyid Burhaneddin Hz. ve kentin doğal, dini, tarihi ve kültürel çekicilikleri arasında bir tur düzenlenebilir). - Bu tür turların düzenlenmesinde seyahat acentaları ve tur operatörleri teşvik edilebilir.
<i>Tanıtım ve pazarlama araçlarının ulusal ve uluslararası alanda yetersiz kalması</i>	- Bütün tanıtım ve pazarlama materyalleri bir plan çerçevesinde ulusal ve uluslararası alanda dağıtılabilir. - Uluslararası alanda tanınmış sanatçılarla Kayseri tanıtım filmi çekilebilir. - Kentin önemli çekicilikleri, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) gibi kuruluşların dergilerinde yayınlanabilir. - Toplum destekli tanıtım kampanyaları hazırlanabilir.
<i>Girişimci ve yatırımcıların yeterince teşvik edilememesi veya özendirilememesi</i>	- Girişimcilere veya yatırımcılara finans desteği sağlanabilir. - Yerli ve yabancı yatırımlar teşvik edilebilir. (Örneğin vergi muafiyeti vb.).
<i>Yatırımların çeşitlendirilememesi</i>	Turizm konusunda veya turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak çeşitli yatırımlar yapılabilir. (Örneğin uluslararası mutfaklardan yiyecek-içecek sunan işletmeler,

	eğlence merkezleri, butik otel vb. açılabilir).
<i>Yatırım prosedürlerinin yatırımları zorlaştırması</i>	Yerel yönetimler yatırım konusundaki bürokratik engelleri ortadan kaldırabilir.
<i>Turizm işletmelerinin nicelik ve niteliklerinin kısmen yetersiz olması</i>	Turizm işletmeleri turistlere daha farklı hizmetler sunabilir. (Örneğin konaklama işletmeleri turistlere alışveriş turu, eğlence turu vb. turlar düzenleyebilir).
<i>Nitelikli işgücü eksikliği</i>	- Turizm fakültelerinden mezun olan bireylerin sektöre kazandırılabilmesi için turizm işletmeleri tarafından tatmin edici şartlar (nitelikli çalışma koşulları, memnun edici ücret ve istikrar vb.) sağlanabilir. - Turizm fakülteleri, işletme yöneticileri ile öğrencileri buluşturarak, işletme yöneticilerinin öğrencileri özendirmesi sağlanabilir. (Örneğin Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi sürekli olarak “Turizmde Kariyer Paneli” düzenlemekte ve bu panelde otel yöneticileri öğrencileri özendirecek faaliyetler gerçekleştirmektedir.
<i>Özel sektörün yeterince desteklenmemesi</i>	Özel sektör, resmi veya özel kurumlar tarafından finans veya danışmanlık konusunda desteklenebilir.
<i>Bölgeye yönelik devlet teşviklerinin kısmen yetersiz olması</i>	Destinasyonlar, devlet ve özel sektör işbirliği kapsamında (finans vb. açılardan) desteklenebilir. Yerel yönetimler ve politikacılar bu konuda girişimlerde bulunabilir.
<i>Ulaşılabilirliğin istenen düzeyde olmaması</i>	Bölgeye yönelik iç ve dış hatlarda doğrudan uçak seferleri artırılabilir.
<i>Konaklama işletmelerinin ürün veya hizmet fiyatlandırma politikalarının uygun olmaması</i>	Tam pansiyon yerine oda+kahvaltı gibi fiyatlandırma politikaları uygulanabilir.
<i>Kayseri’nin çevresindeki destinasyonlarla yeterince entegre olmaması</i>	Çevredeki destinasyonlar ve çekicilikler ile entegre edilerek pazarlanabilir ve tanıtılabilir, böylece turizm tüm yıla yayılabilir ve mevsimsellik sorunu ortadan kaldırılabilir. (Örneğin Sultanazade, Erciyes vb. çekicilikler Kapadokya destinasyonu ve diğer destinasyonlarla entegre edilebilir).
<i>Farklılaşma konusunda yetersiz kalınması</i>	Teknoloji ve inovasyona odaklanılarak destinasyonun farklılaşması ve rekabet gücü kazanması sağlanabilir. Özellikle bölgeye akıllı turizm destinasyonuna özgü yatırımlar yapılabilir.
<i>Bütçenin yeterli olmaması</i>	Turizm sektörünü geliştirme konusunda önemli miktarda bir bütçe ayrılabilir. (Özellikle tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ve yatırım konusunda).
<i>Mevcut uluslararası etkinliklerin yeterli olmaması</i>	12 aya yayılmış bir şekilde sürekli olarak uluslararası nitelikte etkinlikler organize edilebilir, böylece mevsimsellik sorunu önlenir. (Örneğin Erciyes Dağı’nda yaz sezonunda daha fazla uluslararası etkinlik düzenlenebilir veya Sultanazade gibi alanlarda festival, fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği vb. uluslararası etkinlikler organize edilebilir).

Tablo 18’de görüldüğü üzere, çalışmada turizm sektörünün Kayseri’de geliştirilmesi ve turizm faaliyetlerinden elde edilen faydaların artırılarak turizm odaklı kalkınmanın sağlanabilmesi için bazı eksikliklerin giderilmesi ve çeşitli uygulamaların gerçekleştirilmesinin gerektiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca tabloda belirtilen sorunlara yönelik çeşitli çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Tespit edilen bu sorunlar, Neves

(2006), Metaxas ve Karagiannis (2016), Archer ve Fletcher (1996), Lama (2012), Brenner ve Aguilar (2002), Dana, Gurau ve Lasch (2014), Niewiadomski (2011), Homlong ve Springler (2016), Viviers (2005), Mohanty (2002), Bagchi (2015), Li (2005), Rhaman (2016), Abbasov (2015), Petrevska ve Matlieska (2012), Petrevska ve Manasieva Gerasimova (2012), Durgun (2006), Tunçbilekli (2006), Çağlı (2012) tarafından yapılan çalışmaların bulgularını desteklemektedir. Ayrıca elde edilen bu bulgu, Bölüm 2.3.'de incelenen dünyadan seçilen örnek destinasyonların uygulamaları (Bkz. Tablo 17'de gösterilmektedir) ile tutarlılık göstermektedir. Aynı zamanda yukarıda ifade edilen birçok bölgesel sorunun Bölüm 2.3.'de incelenen dünya örneklerinde ortadan kaldırıldığı ve turizm odaklı kalkınma hususunda başarılar elde edildiği görülmüştür. Tablo 18'deki çözüm önerilerine ek olarak dünyadan seçilen örnek destinasyonlardan geliştirilen politika önerileri de Bölüm 2.4.'de geniş bir çerçevede sunulmuştur.

Araştırma bulgularına dayanarak Kayseri'nin turizm potansiyelinin kalkınmada etkili bir güç olabileceği, turizm konusundaki eksikliklerinin giderilmesi ve yukarıda belirtilen gerekli politika önerilerinin gerçekleştirilmesi sonucunda Kayseri ilinin turizm sektöründen daha fazla pay alabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın gelecekte Kayseri ilinde veya diğer örneklemeler ile yapılacak nitel ve nicel araştırmalara bir kaynak teşkil edeceği ve bu çerçevede katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma örneklem olarak seçilen Kayseri ilindeki 20 turizm sektörü paydaşından elde edilen verilerle sınırlıdır. Bu araştırma daha büyük evren ve örneklemeler üzerinde uygulanabilir ve ortaya çıkan sonuçların karşılaştırılması ile literatüre daha farklı şekilde katkılar sağlanabilir. Ayrıca geniş bir ulusal ve uluslararası literatür taraması sonucu oluşturulan mülakat ölçeğinin gelecekteki çalışmalar için yararlı olacağı ifade edilebilir. Nitel araştırma yöntemine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmaya alternatif olarak Kayseri ilinde bu konuda nicel çalışmaların da yapılması önerilebilir. Sonuçların genellenebilmesi için ileride yapılacak nitel ve nicel araştırmaların daha fazla bölge örneğinde veya daha büyük evren ve örneklemeler üzerinde gerçekleştirilmesinin faydalı olacağı fikri ileri sürülebilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda daha spesifik konular seçilerek turizm sektörünün farklı faaliyet alanlarında araştırmalar yapılabilir. Örneğin Erciyes Dağı önemli bir

çekicilik unsuru olarak farklı boyutlarıyla ele alınabilir, ayrıca yiyecek-içecek işletmeleri veya sadece konaklama işletmeleri ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişki incelenebilir. Bununla birlikte bu konuda yabancı destinasyonlardaki araştırmaların incelenerek karşılaştırılmalı bir analizinin yapılması, yapılacak başka çalışmalar için önerilebilir. Böylece farklılıklar tespit edilerek Kayseri bölgesi veya diğer destinasyonlar için daha doğru ve etkili politika önerileri geliştirilebilir. Aynı zamanda işbirliği, girişimcilik, inovasyon ve teknolojiye odaklı yatırım gibi faktörlerin turizm odaklı bölgesel kalkınma üzerindeki etkisinin bölge örneğinde incelenmesi literatür ve turizm paydaşları açısından önemli katkılar sağlayacaktır.



KAYNAKLAR

- Abbasov, R. (2015). *The Role of Health Tourism on Azerbaijani Economy: Case Study of Salt Mountain Physiotherapy Center of Nakchivan*. Vaasan Ammattikorkeakoulu University. Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences. Bachelor's Thesis.
- Abdikhalilova, R. (2018). *Kırgızistan'ın Bölgesel Kalkınma Stratejisinde Turizmin Rolü*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Antalya.
- Adiyia, B. and Vanneste, D. (2018). "Local tourism value chain linkages as pro-poor tools for regional development in western Uganda". *Development Southern Africa*, 1-15.
- Adom, D., Hussein, E. K. and Agyem, J. A. (2018). "Theoretical and conceptual framework: mandatory ingredients of a quality research". *International Journal of Scientific Research*, 1 (7), 438-441.
- Afrodita, B. (2012). "Models of Tourist Development in the Context of Regional Development". *Annals of the University of Oradea: Economic Science*, 1 (1), 507-512.
- Agarwal, S., Ball, R., Shaw, G. and Williams, A. M. (2000). "The geography of tourism production: Uneven disciplinary development?". *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 2 (3) 241-263.
- Aguirre, J., Mateu, P. and Pantoja, C. (2019). "Granting airport concessions for regional development: Evidence from Peru". *Transport Policy*, 74, 138-152.
- Akdemir, N. (2018). *Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımı ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı*. Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Akkor, Y. E. (2019). *Geçmişten Geleceğe Kayseri Mutfağı*, M Grup Matbaacılık: Kayseri.
- Akkurt, A. A. (2007). *Organize Sanayi Bölgelerinin Yerel Ekonomik Kalkınmaya Katkısı (Niğde Ve Kayseri Örneği)*. Niğde Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- AKTOB (2014). *Turizm Sektörünün Yapısı, Büyüklüğü ve Ekonomiye Katkısı Araştırması*. Antalya: Retma Matbaa.
- Anciaes, P. R. (2017). Externalities, (pp. 458-461). (Ed: L. L. Lowry). *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. California, USA: SAGE Publications.
- Andrew, B. P. (1997). "Tourism and the Economic Development of Cornwall". *Annals of Tourism Research*, 24 (3), 721-735.
- Ap, J. (1990). "Residents' perceptions research on the social impacts of tourism". *Annals of Tourism Research*, 17 (4), 610-616.
- Ap, J. and Crompton, J. L. (1998). "Developing and Testing a Tourism Impact Scale". *Journal of Travel Research*, 37, 120-130.
- Apostolache, M. A. (2014). "Regional development in Romania-from regulations to practice". *Procedia Economics and Finance*, 8, 35-41.
- Archer, B. and Fletcher, J. (1996). "The Economic Impact of Tourism in the Seychelles". *Annals of Tourism Research*, 23 (1), 32-47.
- Ardahaey, F. T. (2011). "Economic Impacts of Tourism Industry". *International Journal of Business and Management*, 6 (8), 206-215.
- Aslan, Ö. (2009). *Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Kırsal Kalkınmadaki Rolü ve Etkileri: İngiltere Örneği*. Selçuk Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Aytekin, S. (2013). *Yerel Ekonomik Kalkınmada Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: Kayseri Örneği*. Niğde Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Bachtler, J. and Yuill, D. (2001). "Policies and Strategies for Regional Development: A Shift in Paradigm?". *Regional and Industrial Policy Research Paper*, 46. European Policies Research Centre University of Strathclyde. UK.
- Baerenholdt, J. O. (2009). "Coping with Mobility: Rethinking Regional Development in Tourism on Lolland". *Paper presented at Nordic Geographers' Meeting*, Turku, Finland.

- Bagchi, P. (2015). *Role of Tourism in Economic Development of Gujarat*. Sardar Patel University. Dissertation Thesis (Ph. D.). Vallabh Vidyanagar. Gujarat. India.
- Baker, E. H. (2014). "Socioeconomic Status, Definition". *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Health, Illness, Behavior, and Society*, 2210-2214.
- Balaguer, J. and Cantavella-Jorda, M. (2002). "Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case". *Applied Economics*, 34 (7), 877-884.
- Baldıran, Ş. ve Öztürk, Y. K. (2016). "Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Aracı Olarak Turizm Yatırımlarının Finansmanı: Amasya Özelinde Bir İnceleme". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (The Journal of Academic Social Science)*, 4 (37), 198-215.
- Bawa, M. I. M. (2014). "Tourism and regional development". *"KALAM" International Journal of Faculty of Arts and Culture, South Eastern University of Sri Lanka*, 8 (2).
- Baykal, N. (2010). *Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Açısından Kalkınma Ajanslarının Misyonu: Kayseri Örneği*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Belisle, F. J. and Hoy, D. R. (1980). "The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Colombia". *Annals of Tourism Research*, 7 (1), 83-101.
- Berber, A. (2017). "Yönetimde kavramsal çerçeve belirleme ve nitel araştırma yöntemleri". *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı, 46, 71-73.
- Bertaux, D. (1981). *From the life-history approach to the transformation of sociological practice*. In Daniel Bertaux (Ed.), *Biography and society: The life history approach in the social sciences (pp.29-45)*, London: Sage.
- Bessiere, J. (2013). "'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage". *Journal of Heritage Tourism*, 8 (4), 275-291.
- Big Sky Chamber (2019). "2019 Big Sky, Mt Economic Profile". *Big Sky Chamber*, 1-25.

- Big Sky Chamber of Commerce Convention & Visitors Bureau (2017). “Community Profile 2017”. *Big Sky Chamber*, 1-8.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2019). Elektronik Haberleşme Sektörüne İlişkin İl Bazında Yıllık İstatistik Bülteni. Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı.
- Blue Sail (2014). *Greater Birmingham and Black Country Visitor Economy Strategy 2014-2020*. Report for Marketing Birmingham. Blue Sail.
- Boonpat, S. N. (2010). *Tourism and Local Development: The Case of Chiang Saen, Chiangrai, Thailand*. Newcastle University. University of Newcastle upon Tyne. Dissertation Thesis (Ph. D.). United Kingdom.
- Bowen, G. A. (2009). “Document analysis as a qualitative research method”. *Qualitative Research Journal*, 9 (2), 27-40.
- Boz, A. (2016). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Mardin Örneği*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletmeAnabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep.
- Bradshaw, T. K. and Blakely, E. J. (1999). “What Are “Third-Wave” State Economic Development Efforts? From Incentives to Industrial Policy”. *Economic Development Quarterly*, 13 (3), 229-244.
- Braendvang, A. K., Dybedal, P., Johansen, S. and Sorensen, K. (2001). “Regional Impacts of Tourism in Norway: Regional Satellite Accounting for Tourism as a basis for Regional Input-Output Modelling”. *41st Congress of the European Regional Science Association: “European Regional Development Issues in the New Millennium and their Impact on Economic Policy”*, 29 August-1 September 2001, Zagreb, Croatia, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Brenner, L. and Aguilar, A. G. (2002). “Luxury Tourism and Regional Economic Development in Mexico”. *The Professional Geographer*, 54 (4), 500-520.
- Brink, H. I. L. (1993). “Validity and Reliability in Qualitative Research”. *Curationis*, 16 (2), 35-38.
- Bull, A. (1995). *The Economics of Travel and Tourism*. Melbourne: Longman.

- Burkart, A. J. and Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*, London, UK: Butterworth-Heinemann.
- Butler, R. W. (1974). "Social Implications of Tourist Development". *Annals of Tourism Research*, 2 (2), 100-111.
- Butnaru, G. I. and Minut, C. (2012). "Tourism and Regional Development: The Case of Romania". *CES Working Papers, Centre for European Studies*, 4 (3), 480-492.
- Cabuk, S. (2012). "A Reading of Kayseri from the Eyes of Evliya Celebi". *BELLETTEN*, 76, 817-849.
- Carmen, I. M., Iuliana, C. and Cebuc, I. (2012). "Internationalization of Tourism Services and Their Role in World Economy". *"Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series*, 12 (1), 65-70.
- Cengiz, E. K. (2018). The Effects of Tourism Sector on Balance of Payments in Turkey, (pp.263-283). (Eds: E. Wirth, O. Şimşek and Ş. Apaydın), *Economic and Management Issues in Retrospect and Prospect*. London, United Kingdom: IJOPEC Publication.
- Central Anatolia Development Agency (2018). Kayseri Investment Guide. Kayseri: Kayseri Investment Support Office.
- Champion, T. and Coombes, M. (2014). Is Pennine England becoming More Polycentric or More Centripetal? An Analysis of Commuting Flows in a Transforming Industrial Region, 1981-2001, (pp. 73-81). (Eds: D. P. O'Donoghue). *Urban Transformations: Centres, Peripheries and Systems*. Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- Chang, W. C., Ueda, A. and Miyazaki, K. (2019). "The Regional Development and the Creation of Local Identity in the Tafalong Community, Taiwan-Subtitle: A Study on Tourism Design".
- Charmaz, K. (2011). *Grounded Theory Methods in Social Justice Research. The Sage Handbook Of Qualitative Research*, 4, 359-380, Sage.
- Chen, Z., Jin, Y. and Lu, M. (2008). Economic Opening and Industrial agglomeration in China, (pp. 276-316). (Eds: M. Fujita, S. Kumagai and K. Nishikimi). *Economic*

Integration in East Asia: Perspectives from Spatial and Neoclassical Economics.
Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.

- Cheng, K. M., Kim, H. and Thompson, H. (2012). "The Real Exchange Rate and the Balance of Trade in US Tourism". *International Review of Economics and Finance* (2012), 1-15.
- Choi, Y. M. (1995). *The Role of Tourism for Regional Economic Planning: A Case Study of Harz Mountain Areas in the Process of German Unification*. University of Surrey. Department of Management Studies. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Cihangir, İ. S. (2016). *Termal turizm potansiyelinin bölgesel kalkınmada ekonomik rolü: Ilgın Termal Tesislerinde bir uygulama*. Necmettin Erbakan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Clarke, A. and Chen, W. (2007). *International Hospitality Management: Concepts and Cases*. Burlington, USA: Butterworth-Heinemann, (Elsevier).
- Cleverdon, R. and Edwards, A. (1982). *International Tourism to 1990*. Cambridge, Massachusetts: ABT Books.
- Cohen, D. and LeGoff, J. P. (1987). "Regional Development Incentives: A Critical Overview of the Evidence". *Canadian Journal of Regional Science/Revue canadienne des sciences régionales*, 10 (2), 149-167.
- Cohen, E. (1971). "Arab Boys and Tourist Girls in a Mixed Jewish-Arab Community". *International Journal of Comparative Sociology*, 12 (4), 217-233.
- Cohen, E. (1972). "Toward a Sociology of International Tourism". *Social Research*, 39 (1), 164-182.
- Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K. (2000). *Research methods in education*. London: Routledge Falmer.
- Cooper, A. (2007). *Supplier Sustainability Handbook*. London, UK: Travelife.
- Corbin, J., and Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative & quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J.W. (1997). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cropley, A. J. (2019, 2nd updated, revised, and enlarged edition). *Qualitative research methods: A practice-oriented introduction for students of psychology and education*. Riga, Latvia: Zinātne.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. İstanbul Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çakır, R. A. (2018). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Ayder Turizm Bölgesi Örneği*. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çeken, H. (2008). “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10 (2), 293-306.
- Çelik, F. (2007). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Verilen İhracat Destekleri ve Ekonomiye Etkisi (Kayseri Örneği)*. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Da Costa, C. M. M. (1996). *Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level: planning, organisations and networks: The case of Portugal*. University of Surrey. Department of Management Studies. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Dana, L. P., Gurau, C. and Lasch, F. (2014). “Entrepreneurship, tourism and regional development: a tale of two villages”. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 26 (3-4), 357-374.
- De Aguinaga, X. M. G. (2014). *The Place of Planners in Tourism-Development Planning: A Case Study of San Blas, Mexico*. University of Calgary. Faculty of Environmental Design. Master Thesis. Calgary. Alberta.

- De la Fuente, A., Vives, X., Dolado, J. J. and Faini, R. (1995). "Infrastructure and Education as Instruments of Regional Policy: Evidence from Spain". *Economic Policy*, 10 (20), 11-51.
- Demiral, N. Ö. (2012). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Bozcaada Örneği*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale.
- Demirezen, B. (2018). "Tüm Yönleri ile Kırsal Turizm ve Kayseri İli Üzerine Bir Swot Analizi Çalışması". *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi (International Journal of Global Tourism Research)*, 2 (2), 79-101.
- Demirezen, B. (2019a). "Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması" *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi (International Journal of Global Tourism Research)*, 3 (1), 1-26.
- Demirezen, B. (2019b). "Turizm İşletmelerinde Fiyatlandırma Stratejileri: Kriz Dönemlerinde Kayseri'deki Konaklama İşletmelerinin Fiyat Uygulamaları". *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 21-55.
- Demirezen, B. (2020). "Agro Tourism in Turkey". *International Journal of Health Management and Tourism*, 5 (1), 64-75.
- Denzin, N. K. and Lincoln Y. S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Denzin, N. K. and Lincoln Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Di Simone, I. (1999). "Tourism in Rural Areas and Regional Development Planning". *39th Congress of the European Regional Science Association: "Regional Cohesion and Competitiveness in 21st Century Europe"*, August 23-27, 1999, Dublin, Ireland, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Dimitrov, N. and Petrevska, B. (2012). "Rural tourism development zones: the case of Macedonia". *Researches review of the Department of geography, tourism and hotel management*, 41, 152-162.

- Dimitrovski, D. D., Todorovic, T. A. and Valjarevic, D. A. (2012). “Rural Tourism and Regional Development: Case Study of Development of Rural Tourism in the Region of Gruza, Serbia”. *Procedia Environmental Sciences*, 14 (2012), 288-297.
- Dinçer, E. (2018). *Bölgesel Kalkınmada Termal Turizm: Eskişehir İline Yönelik Bir İnceleme*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Dobrosavljevic, A. and Zivkovic, Z. (2018). “Potential Impact of the Science Technology Park on the Regional Development”. *Serbian Journal of Management*, 13 (2), 215-232.
- Doğan, S. ve Yıldız, Z. (2007). “Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi Ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (6), 147-181.
- Doran, J., Jordan, D. and Elhorst, P. (2018). “Virtual special issue on regional inequality”. *Spatial Economic Analysis*, 13 (4), 383-386.
- Doxey, G. V. (1975). “A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences”. *The impact of tourism: Travel Research Association, Sixth Annual Conference Proceedings*. (September 8-11), San Diego.
- Doxey, G. V. (1976). “When enough’s enough: The natives are restless in Old Niagara”. *Heritage Canada*, 2 (2), 26-28.
- DPT (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963-1967. Devlet Planlama Teşkilatı. Ocak 1963.
- DPT (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972. Devlet Planlama Teşkilatı. 1968.
- DPT (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977. Devlet Planlama Teşkilatı. 1973.
- DPT (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983. Devlet Planlama Teşkilatı. Nisan 1979. Ankara.

- DPT (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989. Devlet Planlama Teşkilatı. 1985.
- DPT (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994. Devlet Planlama Teşkilatı. 1990.
- DPT (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000. Devlet Planlama Teşkilatı. 1996.
- DPT (2000). Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Devlet Planlama Teşkilatı. 2000. Ankara.
- DPT (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005. Devlet Planlama Teşkilatı. 2001.
- DPT (2007). Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013. Devlet Planlama Teşkilatı. 2007.
- DPT (2008). 2008-2010 Dönemi Yatırım Programı. Devlet Planlama Teşkilatı. 2007.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta.
- Durkova, K., Cabyova, L. and Vicenova, E. (2012). “Regional development in economic core regions”. *Review of Applied Socio- Economic Research*, 4 (2), 87-92.
- Durmaz, G. (2019). *Bölgesel Kalkınma ve Çukurova Örneği*. Çukurova Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Dwyer, L. and Forsyth, P. (1994). “Foreign Tourism Investment”. *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 512-537.
- EarthCheck (2018). *Company Standard*. Queensland, Australia: Earthcheck Pty Limited.
- Eberts, R. W. (1986). “Estimating the Contribution of Urban Public Infrastructure to Regional Growth”. *Working papers of the Federal Reserve Bank of Cleveland*, Working Paper 8610.
- ECOTEC (2005). *An Evaluation of the Commonwealth Games Legacy Programme*. Leeds, United Kingdom: ECOTEC Research & Consulting Limited.

- Edmond, H. (2009). *Marketing, Innovation and Business Relations in Scotland's Rural Hotel Industry-A Regional Development Perspective*. University of Aberdeen. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- EURADA (1998). *Creation, development and management of RDAs: does it have to be so difficult?*. Lismore, NSW: CARED, Southern Cross University.
- Fan, C. C. and Scott, A. J. (2003). "Industrial Agglomeration and Development: A Survey of Spatial Economic Issues in East Asia and a Statistical Analysis of Chinese Regions". *Economic Geography*, 79 (3), 295-319.
- Faulkner, B. and Tideswell, C. (1997). "A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (1), 3-28.
- Fayed, H. A. E. K. S. (2002). *The Impacts of Gats: A Case Study of Tourism Development in Egypt*. Bournemouth University. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Fernandez, A. B. M. (2002). *Tourism and Economic Development: Retaining Competitive Advantage through Clustering, Learning and Innovation in the Costa Del Sol*. University of Luton. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Ferreira, C., MacNeill, S., Broughton, K., Ferreira, J., Broadhurst, K., Berkeley, N., Fertner, C., Groth, N. B., Cotella, G., Rivolin, U. J., Pedde, E., Pioletti, M., Santangelo, M., Vale, M., Queiros, M., da Costa, E. M. and Cachinho, H. (2017). ReSSI – Regional strategies for sustainable and inclusive territorial development: Regional interplay and EU dialogue. Targeted Analysis. Final Report. Luxembourg: ESPON.
- Ferreira, S. (2007). "Role of Tourism and Place Identity in the Development of Small Towns in the Western Cape, South Africa". *Urban Forum*, 18, 191-209.
- Ferry, M. and McMaster, I. (2013). "Cohesion Policy and the Evolution of Regional Policy in Central and Eastern Europe". *Europe-Asia Studies*, 65 (8), 1502-1528.
- Fujita, M. and Hu, D. (2001). "Regional disparity in China 1985-1994: The effects of globalization and economic liberalization". *The Annals of Regional Science*, 35 (1), 3-37.

- Garcia-Lopez, A. M., Campoy-Munoz, M. D. P., Cardenete-Flores, M. A. and Marchena-Gomez, M. J. (2018). "The Andalusian Tourism Sector during the Economic Crisis and its Impact on Regional Development". *Revista de Estudios Andaluces*, 36, 72-97.
- Gartner, C. M. (2008). *Tourism, Development, and Poverty Reduction: A Case Study from Nkhata Bay, Malawi*. The University of Waterloo. Master Thesis. Ontario. Canada.
- Geetha, S. (2015). *Role of Tourism in Economic Development of Kanyakumari District*. Manonmaniam Sundaranar University. Dissertation Thesis (Ph. D.). Tirunelveli. India.
- Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J., and McKibbin, K. (2015). "Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature". *The Qualitative Report*, 20 (11), 1772-1789.
- Gereffi, G. and Fonda, S. (1992). "Regional Paths of Development". *Annual Review of Sociology*, 18, 419-448.
- Getz, D. P. (1980). *Effects of Tourism on the Host Population: A Case Study of Tourism and Regional Development in the Badenoch Strathspey District of the Scottish Highlands*. University of Edinburgh. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Gezici, F. and Atalik, G. (1998). "An evaluation of tourism activities in Turkey with reference to sustainable regional development". *38th Congress of the European Regional Science Association: "Europe Quo Vadis? - Regional Questions at the Turn of the Century"*, 28 August-1 September 1998, Vienna, Austria, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Global Sustainable Tourism Council (2016). *GSTC Industry Criteria, Suggested Performance Indicators for Hotels and Accommodations*. GSTC.
- GMCA (2017). *Great Manchester Key Facts 2017*. UK: GMCA.
- Goeldner, C. R. and J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Goffe, P. (1975). "Development Potential of International Tourism". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 16 (3), 24-31.

- Goodwin, H. (2008). "Tourism, Local Economic Development, and Poverty Reduction". *Applied Research in Economic Development*, 5 (3), 55-64.
- Goulet, D. (1992). "Development: Creator and Destroyer of Values". *World Development*, 20 (3), 467-475.
- Gökovalı, U. and Bahar, O. (2006). "Contribution of Tourism to Economic Growth: A Panel Data Approach". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17 (2), 5-13.
- Gözüela, H. (2018). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: MEVKA Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Konya.
- Greinert, A., Kostecki, J. and Vystavna, Y. (2019). "The history of viticultural land use as a determinant of contemporary regional development in Western Poland". *Land Use Policy*, 85, 249-258.
- Gu, Y. and Liang, G. (2010). "Tourism industrial development strategic research of Shenyang economic region". *IEEE Computer Society*, 826-829.
- Guisan, M. C. and Aguayo, E. (2001). "Employment and Regional Development in France". *Applied Econometrics and International Development, AEEADE*, 1 (1), 63-92.
- Guisan, M. C. and Aguayo, E. (2002). "Employment and Regional Development in Italy". *Applied Econometrics and International Development, AEEADE*, 2-1, 41-72.
- Gutierrez, A. L. M. (2015). *Tourism and economic growth: casuality, persistence and asymmetry*. University of Huelva. Department of Economics. Dissertation Thesis (Ph. D.). Huelva. Spain.
- Güler, V. (2010). *Bölgesel Kalkınma Politikası Aracı Olarak Bölgesel Kalkınma Ajansları: Türkiye Uygulaması*. Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Maliye Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Güner, K. (2018). *Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkisi: Giresun Örneği*. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Ordu.
- Haley, A. J., Snaith, T. and Miller, G. (2005). "The social impacts of tourism a case study of Bath, UK". *Annals of Tourism Research*, 32 (3), 647-668.

- Halkier, H., Danson, M. and Damborg, C. (1998). *Regional Development Agencies in Europe*. London: Jessica Kingsley.
- Hancock, B., Ockleford, E. and Windridge, K. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*, The NIHR RDS for the East Midlands / Yorkshire & the Humber.
- Haralambopoulos, N. and Pizam, A. (1996). "Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos". *Annals of Tourism Research*, 23 (3) 503-526.
- Harmaakorpi, V. and Pekkarinen, S. (2003). "The Concept of the Regional Development Platform and Regional Development Platform Method (RDPM) as a Tool for Regional Development". *43rd Congress of the European Regional Science Association: "Peripheries, Centres, and Spatial Development in the New Europe", 27th-30th August 2003, Jyväskylä, Finland, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve, 1-24.*
- Harrigan, N. (1974). "The legacy of caribbean history and tourism". *Annals of Tourism Research*, 2 (1), 13-25.
- Heng, T. M. and Low, L. (1990). "Economic Impact of Tourism in Singapore". *Annals of Tourism Research*, 17, 246-269.
- Herbert, N. S. (2012). *The Socio-Economic Impact of Air Transport on Small Regions in Finland: Case Study: The Kokkola-Pietarsaari Airport Region*. Centria University. Centria University of Applied Sciences. Bachelor's Thesis.
- Holloway, J. C., Humphreys, C. and Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism*. UK, Essex: Pearson Education.
- Homlong, N. and Springler, E. (2016). "Impact of tourism for regional development: an alternative socio-economic model for Cambodia". *World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development*, 12 (2/3), 239-253.
- Hovardaoğlu, O. (2009). *Succeeding Generations, Changing Trajectories: The Influences of Generational Transition on the Local Pathways of Development-The Kayseri Experience*. Middle East Technical University. The Graduate School of Natural and Applied Sciences. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Hu, A. G. (2007). "Technology parks and regional economic growth in China". *Research Policy*, 36, 76-87.

- Irvin, K. (2006). *Volunteer Tourism and Development: An Impact Assessment of Volunteer Tourists from Two Organisations in Cape Town*. University of Cape Town. Graduate School of Humanities. Master Thesis.
- Ivanov, S. and Webster, C. (2007). "Measuring the impact of tourism on economic growth". *Tourism Economics*, 13 (3), 379-388.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi: Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İzgi, M. T. (2007). *Osmaniye İlinin Turizm Potansiyelinin Bölgesel Kalkınma Politikaları Açısından Değerlendirilmesi ve Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi için Bir Model Önerisi*. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Jafari, J. (1974). "The socio-economic costs of tourism to developing countries". *Annals of Tourism Research*, 1 (7), 227-262.
- James, J. T. (1998). *The Economic Impact of Tourism on the State and Regions of Queensland and the Implications for Regional Tourism Policy in Queensland*. University of Queensland. Department of Economics. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Jap, D. S. R. (2002). *The Role of Community Development in Regional Autonomy: Towards People-Centered Development in Indonesia*. The University of Hong Kong. Master Thesis.
- Jeffrey, P. and Pounder, J. (2000). Physical and Environmental Aspects, (pp. 86-109). (Eds: P. Roberts and H. Sykes). *Urban Regeneration: A Handbook*. London, United Kingdom: SAGE Publications.
- Jin, C., Xu, J. and Huang, Z. (2019). "Spatiotemporal analysis of regional tourism development: A semiparametric Geographically Weighted Regression model approach". *Habitat International*, 87, 1-10.
- Jingyi, L. and Chung-Shing, C. (2018). "Local cultural vicissitudes in regional tourism development: A case of Zhuhai". *Tourism Management Perspectives*, 25, 80-92.
- Johnson, D. A. (2015). "Regional Planning, History of". *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 20, 141-145.

- Jones, C. and Munday, M. (2001). "Blaenavon and United Nations World Heritage Site Status: Is Conservation of Industrial Heritage a Road to Local Economic Development?". *Regional Studies*, 35 (6), 585-590.
- Jones, C. and Munday, M. (2001). "Tourism and Local Economic Development: Three Case Studies". *European Regional Science Association 41st Annual Meeting "European Regional Development Issues in the New Millennium and their Impact on Economic Policy"*, Zagreb, Chamber of Economy, Croatia, August 2001, 1-15.
- K C, S. and Gewali, J. (2014). *Analyzing Socio-Economic Impacts of Tourism: Case of Lumbini Region-Nepal*. Lapland University. Lapland University of Applied Sciences. Bachelor's Thesis. Tornio.
- K.C, D. (2017). *Tourism Development and Employment Growth in Karnataka: A Case Study of Kodagu District*. University of Mysore. The Department of Studies in Economics and Co-Operation. Dissertation Thesis (Ph. D.). Mysuru. India.
- Kaifi, S. (1998). *Role of Tourism in the Economic Development of Hilly Region of Uttar Pradesh*. Aligarh Muslim University. Department of Commerce. Dissertation Thesis (Ph. D.). Aligarh. India.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018. Kalkınma Bakanlığı. 2014. Ankara.
- Kamau, M. N. (1999). *The Role of Tourism in Regional Development: A Case Study of Village Tourist Centres of the Coast Province, Kenya*. University of Nairobi. Master Thesis.
- Karadabağ, R. (1997). *Turizmin Bölge Kalkınmasına Katkısı ve Erzurum Örneği*. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm ve Otelcilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Karamustafa, K. and Ulama, S. (2010). "Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods". *EuroMed Journal of Business*, 5 (2), 191-214.
- Karataş, Z. (2015). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri". *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 62-80.

- Kartal, G. (2013). *Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi (2000-2012)*. Niğde Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Katayev, E. (2015). *Kırım’da Turizm Endüstrisi ve Bölgesel Kalkınma Açısından Rekreatyon ve Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Kavalcı, E. C. (2018). *Turizm ve Bölgesel Kalkınma: Bir Panel Veri Analizi (2004-2014)*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon.
- Kayseri Büyükşehir Belediyesi (2019). Kayseri Sağlık Turizmi Çalıştayı 28-29 Haziran 2019. Yayın No: 151. Kayseri: Orka Matbaacılık.
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2009). *Kayseri Taşınmaz Kültür Varlıkları Envanteri*. Kayseri: Orka Matbaacılık.
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2013). *Kayseri Taşınmaz Kültür Varlıkları Envanteri*. Kayseri: Mgrup Matbaacılık.
- Kayseri Ticaret Odası (2012). *Yöresel Ürünler/Regional Products*. Kayseri: Mgrup.
- Kayseri Valiliği (2014). *Kayseri Yürüyüş Rotaları ve Turizm Keşif Rehberi*. Kayseri: Kayseri Valiliği.
- Kazeri, B. P. (2017). “The Paradox of Development in Africa in the 21st Century”. *The 3rd Tanzanian Association of Sociologists National Conference Proceedings-December, 2017, Sociology of Development: Development Challenges & Prospects for Africa in the 21st Century*, Saint Augustine University Lovoie Conference Centre 23rd-24th November, 2017, 75-82.
- Kazimierczak, J. (2012). “The Influence of the Revitalization of Former Industrial Urban Areas on New Urban and Tourism Spaces: Case Studies of Manchester and Lyon”. *Tourism*, 22 (1), 11-20.
- Kedar, D. (2002). *Regional Development: An Approach to Poverty Alleviation, Nepal*. The University of Hong Kong. Master Thesis.

- Kelessidis, V. C. (1998). "The Role of Technology Parks in Regional Development: The Case of Northern Greece". *XV IASP World Conference on Science & Technology Parks, Perth, Western Australia*, October 1998.
- Kızıldemir, Ö. ve Sarıışık, M. (2018). "Turist Harcamalarının Bölgesel Kalkınmaya Ekonomik Etkileri: Adana Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 128-142.
- Kielmann, K., Cataldo, F. and Seeley, J. (2012). *Introduction to Qualitative Research Methodology: A Training Manual*, produced with the support of the Department for International Development (DfID), UK, under the Evidence for Action Research Programme Consortium on HIV Treatment and Care (2006-2011).
- King, B., Pizam, A. and Milman, A. (1993). "Social Impacts of Tourism: Host Perceptions". *Annals of Tourism Research*, 20, 650-665.
- Klijs, J. (2016). *Tourism, income, and jobs: Improving the measurement of regional economic impacts of tourism*. Wageningen University. Wageningen School of Social Sciences. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Kobra, M. K., Bhuiyan, K. H. and Zayed, N. M. (2018). "Well and Woes of Tourism Promotion in Bangladesh: Investment Perspective". *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22 (3), 1-8.
- Koç, F. (2015). *Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Çalışmalarına Bir Örnek: Doğu Anadolu Projesi*. Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Kosturanova, E. (2016). "Tourism Demand in the Southwest Planning Region of Macedonia". *Journal of Applied Economics and Business*, 4 (4), 30-42.
- Kovjanic, G. (2014). "Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development". *Turizam*, 18 (1), 33-43.
- Kreag, G. (2001). "The Impacts of Tourism". *Minnesota Sea Grant*, Publication Number: T 13, The University of Minnesota, 1-20.
- Kum, H., Aslan, A. and Gungor, M. (2015). "Tourism and Economic Growth: The Case of Next-11 Countries". *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5 (4), 1075-1081.

- Kunzmann, K. (2016). The Europeanization of Spatial Planning, (pp. 43-65). (Eds: N. Adams, J. Alden and N. Harris). *Regional Development and Spatial Planning in an Enlarged European Union*. Newyork, USA: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kurtzman, J. (2005). "Economic impact: sport tourism and the city". *Journal of Sport & Tourism*, 10 (1), 47-71.
- Kutscherauer, A., Fachinelli, H., Hucka, M., Skokan, K., Suchacek, J., Tomanek, P. and Tuleja, P. (2010). *Regional disparities in regional development of the Czech Republic, Regional Disparities-their occurrence, identification and elimination, Disparities in country regional development-concept, theory, identification and assessment*, (WD-55-07-1), VŠB-Technical University of Ostrava, Faculty of Economics, Ostrava, 2010.
- Kuzel, A. J. (1992). *Sampling in qualitative inquiry*. In: B. F. Crabtree and W. L. Miller (eds.), *Doing qualitative research. Research Methods for Primary Care*. (pp. 31-44) Vol. 3, Newbury Park, CA: Sage.
- Kuzel, A. J. (1999). "Sampling in Qualitative Inquiry," In: B. F. Crabtree and W. L. Miller (Eds.) *Doing Qualitative Research (2nd ed.)*. (pp. 33-45), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023). Kültür ve Turizm Bakanlığı. 2007. Ankara.
- Künü, S., Hopoğlu, S., Gürçam, Ö. S. ve Güneş, Ç. (2015). "Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme". *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 71-93.
- Lama, D. B. (2012). *Annapurna Trekking Tourism's impact on Economy*. Oulu University. Oulu University of Applied Sciences. Bachelor's Thesis.
- Lee, K. H. (2019). Slow food movement, (pp. 387-395). (Eds: S. K. Dixit). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. New York, USA: Routledge.
- Lemma, A. F. (2014). Tourism Impacts: Evidence of Impacts on employment, gender, income. Overseas Development Institute. Economics and Private Sector Professional Evidence and Applied Knowledge Services.

- Lemos, A. (2017). *Measuring the Economic Value and Social Impact of Crocodile Tourism in Tarcoles, Costa Rica*. Florida International University. Master Thesis. Florida. USA.
- Leon, C. and Eeckels, B. (2011). A Dynamic Correlation Approach of the Swiss Tourism Income, (pp. 127-147). (Eds: A. Matias, P. Nijkamp and M. Sarmiento), *Tourism Economics: Impact Analysis*. Berlin: Springer-Verlag.
- Letitia, A. M. (2012). "Features of the Regional Development and Decentralization in Romania. A Comparative Analysis of the Regions of Romania". *"Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series*, 12 (1), 304-309.
- Li, L. (2005). *The Role of Tourism in Regional Development: A Case Study of Yunnan China*. The Scottish Hotel School University of Strathclyde. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Lincoln, Y. S. and Guba, E. G. (1986). "But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation". *New directions for evaluation*, 30, 73-84.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. and Var, T. (1987). "Resident Perception of the Environmental Impacts of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 14, 17-37.
- Lord, A. and Tewdwr-Jones, M. (2015). "Regional Planning". *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 20, 129-133.
- Lukic, D., Petrovic, M. D. and Vukovic, D. B. (2018). "Potential of geotourism for regional development: the case of "Iron Gates" park in Serbia". *R-Economy*, 4 (4), 158-166.
- Lundberg, D. E., Stavenga, M. H. and Krishnamoorthy, M. (1995). *Tourism Economics*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Lundenberg, D. (1985). *Tourist Business*. Boston: CBI Publishing Co.
- Lv, Z. (2019). "Deepening or lessening? The effects of tourism on regional inequality". *Tourism Management*, 72, 23-26.
- Mabaso, S. L. (2010). *The Economic Impact of Tourism on the Local Community of Bergville*. Durban University of Technology. Master Thesis. Durban. South Africa.

- Mak, J. (2004). *Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Makawa, R. N. (2010). *Tourism Integration in Southern Africa*. The University of Birmingham. Centre for Urban and Regional Studies. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Marinoski, N. and Korunovski, S. (2012). "Tourism in Macedonia in changing environment". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 19-31.
- Marketing Manchester (2017). *Greater Manchester Destination Management Plan 2017-2020*. Manchester, United Kingdom: Marketing Manchester.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. and Fontenot, R. (2013). "Does Sample Size Matter in Qualitative Research?: A Review of Qualitative Interviews in Is Research". *Journal of Computer Information Systems*, 11-22.
- Marshall, C. and Rossman, G. B. (1989). *Designing qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Marshall, D. D. (1996). *The Caribbean, NAFTA and Regional Developmentalism*. University of Newcastle upon Tyne. Department of Politics. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*, London: Sage.
- Mason, M. (2010). "Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews". *Forum: Qualitative Social Research*, 11 (3).
- Mathieson, A. and Wall, G. (1992). *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts*. UK, Essex: Addison Wesley Longman Limited.
- Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger, J. and Job, H. (2010). "The economic impact of tourism in six German national parks". *Landscape and Urban Planning*, 97, 73-82.
- McGee, E. (2018). "80683 - FY20 Region/CVB Marketing Plan, FY20 Visit Big Sky Marketing Plan". *Montana Grants and Loans*, 1-17.

- McGee, J. S. (2009). *Economic Development Criteria and Project Prioritization*. Brigham Young University. Department of Civil and Environmental Engineering. Master Thesis.
- McGowan, G. J. (2007). *Strategic Planning for Pro-Poor Tourism: A Case Study of Livingstone, Zambia*. The University of British Columbia. The Faculty of Graduate Studies. Master Thesis.
- McIntosh R. W. ve Goeldner C. R. (1990). *Tourism: Principles, Practices, and Philosophies* (6th ed.), Columbus: Grid Publishing.
- McIntosh, R. and Gupta, S. (1980). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. USA: Grid Inc.
- McRae-Williams, P. (2005). *Wine and Regional Tourism: Cluster Complementarity and Regional Development*. University of Ballarat. School of Business. Dissertation Thesis (Ph. D.). Victoria. Australia.
- Medeuov, N. (2013). *Turizme Dayalı Bölgesel Kalkınma Modeli: Kazakistan Örneği*. Akdeniz Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Burlington, USA: Butterworth-Heinemann, (Elsevier).
- Mescon, T. S. and Vozikis, G. S. (1985). "The Economic Impact of Tourism at the Port of Miami". *Annals of Tourism Research*, 12, 515-528.
- Messina, E. and Bossi, L. (2015). *Turin, the Italian Detroit for a new culture of food*. City Food Policies. Cities Territories Governance.
- Metaxas, T. and Karagiannis, D. (2016). "Culinary Tourism in Greece: Can the Past Define the Future? Dimensions of Innovation, Entrepreneurship and Regional Development". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21 (3), 1-20.
- Middleton, V. T. C. and Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. UK: Butterworth-Heinemann.
- Mill, R. C. and Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System*. New Jersey: Prentice Hall.

- Milman, A. and Pizam, A. (1988). "Social Impacts of Tourism on Central Florida". *Annals of Tourism Research*, 15, 191-204.
- Mohajan, H. K. (2018). "Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects". *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7 (1), 23-48.
- Mohanty, A. K. (2002). *Impact of Tourism in Economic Development of Orissa*. Utkal University. Dissertation Thesis (Ph. D.). Bhubaneswar. India.
- Mokolobate, O. P. (2006). *Critical Assessment of the Extent to Which the Provincial Government's Development Programmes Are Succeeding in Reducing Regional Unemployment: A Case of the North West Province's Central Region*. North West University. Faculty of Commerce and Administration. Graduate School of Business and Government Leadership. Master Thesis.
- Mor, K. and Devi, S. (2017). "Regional Disparities in Socio-Economic Development in Post Reform Era: A Study of Indian economy". *International Journal of Engineering Technology Science and Research, IJETSR*, 4 (9), 946-954.
- Morales-Arcila, D. C. (2018). *Regional cooperation and local and regional development: a comparative analysis of the Coffee Region (Colombia) and O'Higgins (Chile)*. School of Geography, Politics and Sociology. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Morse, J. M. (2000). "Determining sample size". *Qualitative Health Research*, 10 (1), 3-5.
- Motumi, K. K. (2013). *Challenges Faced By Umgungundlovu District Municipality in the Implementation of Tourism to Enhance Local Economic Development*. Nelson Mandela Metropolitan University. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Nagaraja, K. and Veerabhadrapa, B. P. (2018). "Inter-Regional, Inter-State and Intra State Disparities in India-Causes, Consequences and Solutions". *International Journal of Social Science and Economic Research*, 3 (1), 65-78.
- Nakamura, R. (2008). "Agglomeration Effects on Regional Economic Disparities: A Comparison between the UK and Japan". *Urban Studies*, 45 (9), 1947-1971.

- Narayan, P. K. (2004). "Economic impact of tourism on Fiji's economy: empirical evidence from the computable general equilibrium model". *Tourism Economics*, 10 (4), 419-433.
- Ncube, S. S. (2013). *Examining the Role of Community Based Tourism as a Local Economic Development tool: The Case of the Inanda Heritage Route*. University of Kwa-Zulu Natal. School of Architecture, Town Planning and Housing. Master Thesis.
- Nengroo, A. H., Bhat, G. M. and Khaki, A. R. (2016). "Economic impact of Tourism in Jammu and Kashmir". *Indian Journal of Economics and Development*, 4 (3), 1-5.
- NepCon (2019). *TO-02 NEPCon Sustainable Tourism Standard for Accommodations*. New York, USA: NepCon, Rainforest Alliance Certified.
- Neves, P. (2006). *Tourism Towards Sustainable Regional Development*. Royal Institute of Technology. Department of Urban Planning and Environment. Master Thesis. Stockholm, Sweden.
- Nielsen Atmosphere (2018). ABCDE Socio-economic classification, Specification for year 2019. Nielsen Atmosphere.
- Niewiadomski, P. (2011). *International Hotel Groups and Regional Development in Central and Eastern Europe*. University of Manchester. School of Environment and Development. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Northwest Development Agency (2002). "A Tourism Vision for englandsnorthwest". *A Tourism Green Paper*, 1-33.
- Nuryanti, W. (1998). *Scale and Locational Effects on Tourism Multipliers: Tourism and Regional Development in Indonesia*. Bournemouth University. School of Service Industries. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- O'Leary, Z. (2014). *The essential guide to doing your research project (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- OECD (1980). *The Impact of Tourism on the Environment*. Paris: OECD.
- OECD (2010). *Regional Development Policies in OECD Countries*.

- OECD (2010). *Regional Development Policies in OECD Countries*. Paris: OECD.
- Oladottir, O. (1992). *The Economic Impact of International Tourism in Iceland*. McGill University. Department of Geography. Master Thesis. Montreal.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Matbaacılık.
- ORAN Kalkınma Ajansı (2011). *Kayseri Turizm Ve Sosyal Altyapı Sektörel Çalışma Grubu Raporu*. Kayseri: ORAN Kalkınma Ajansı.
- Ospina, S. (2004). Qualitative research. In: G. R. Goethals, G. J. Sorenson, & J. MacGregor Burns (Eds.), *Encyclopedia of leadership* (pp. 1279-1284). London: Sage.
- Owens, E. (1987). *The Future of Freedom in the Developing World: Economic Development as Political Reform*. New York: Pergamon Press.
- Öztürk, M. (2014). *Coğrafya Eğitiminde Araştırma*, Ankara: Pegem Akademi.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., and Hoagwood, K. (2015). "Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research". *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42 (5), 533–544.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pedrana, M. (2013). "Local Economic Development Policies and Tourism: An Approach to Sustainability and Culture". *Regional Science Inquiry Journal*, 5 (1), 91-99.
- Petrevska, B. (2012). "Tourism Contribution to Regional Development: Best Practice in Macedonia". *Journal of Community Positive Practices*, 3, 425-440.
- Petrevska, B. and Collins-Kreiner, N. (2016). "A double life cycle: determining tourism development in Macedonia". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-20.
- Petrevska, B. and Manasieva Gerasimova, V. (2012). "Tourism in Regional Development: Empirical Evidence". *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 5 (2), 6-20.

- Petrevska, B. and Matlieska, M. (2012). "Managing Regional Development: Empirical Evidence on Tourism Contribution". *Conference Proceedings, First International Conference "South-East European Countries towards European Integration"*, Elbasan, Albania, 693-701.
- Philips, J. and Faulkner, J. (2009). *Tourism Investment and Finance: Accessing Sustainable Funding and Social Impact Capital. International Institute for Tourism Studies. The George Washington University. 2201 G Street, NW Washington, DC 20052. US Agency for International Development.*
- Pike, A., Rodriguez-Pose, A. and Tomaney, J. (2006). *Local and Regional Development*. New York, USA: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Pirili, M. U. (2011). "Bölgesel Kalkınmada Kamu Yatırımlarının Rolü: Kuramsal Bir Değerlendirme". *Ege Akademik Bakış/Ege Academic Review*, 11 (2), 309-324.
- Polat, E. ve Özdemir Yılmaz, G. (2014). "Kalkınma Ajanslarının Turizmin Gelişmesindeki Önemi: Güney Marmara Kalkınma Ajansı Örneği". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurship and Development)*, 9 (1), 137-160.
- Pratt, S. (2015). "The economic impact of tourism in SIDS". *Annals of Tourism Research*, 52, 148-160.
- Rahadini, A. (2017). *Regional Disparities in Central Java: An Empirical Study*. Karlsruhe Institute of Technology.
- Rainforest Alliance Certified (2015). *Sustainable Tourism Standard for Hotels and Lodging Services Rainforest Alliance Certified*. New York, USA: Rainforest Alliance Certified.
- Rainforest Alliance Certified (2017). *TO-02 Sustainable Tourism Standard for Hotels and Lodging Services Rainforest Alliance Certified*. New York, USA: Rainforest Alliance Certified.
- Rasheed, R., Meo, M. S., Awan, R. U. and Ahmed, F. (2019). "The impact of tourism on deficit in balance of payments of Pakistan: an application of bounds testing approach to cointegration". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-7.
- Reserve Bank of Australia (2019). *The Balance of Payments*. 1-6.

- Rhaman, M. R. (2016). *The Socio-Economic Importance of Tourism and Its Impact on the Livelihood in South Asia: Case Rangamati, Bangladesh*. Centria University. Centria University of Applied Sciences. Bachelor's Thesis.
- Ribeiro, L. C. D. S., Da Silva, E. O. V., Andrade, J. R. D. L. and De Souza, K. B. (2017). "Tourism and regional development in the Brazilian Northeast". *Tourism Economics*, 23 (3), 717-727.
- Ritchie, B. W. and Hall, C. M. (1999). "Cycle Tourism and Regional Development: A New Zealand Case Study". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10 (2), 89-112.
- Robinson, M. and Picard, D. (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development*. Paris, France: Société Édition Provence (Nîmes). UNESCO.
- Rogerson, C. M. (2015). "Tourism and regional development: The case of South Africa's distressed areas". *Development Southern Africa*, 32 (3), 277-291.
- Romao, J. (2018). *Tourism, Territory and Sustainable Development: Theoretical Foundations and Empirical Applications in Japan and Europe*. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- Rubin, A. and Babbie, E. R. (2016). *Empowerment Series: Research Methods for Social Work*, Boston: Cengage Learning.
- Sadd, D. (2009). Weymouth's once in a lifetime opportunity, (pp. 21-41). (Eds: J. Ali-Knight, M. Robertson, A. Fyall and A. Ladkin). *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. London, United Kingdom: Elsevier Ltd.
- Sağlık, E. (2011). *Turizm İşletmelerinin Bölge Ekonomisindeki Yeri ve Rolünün Belirlenmesi: Erzurum Ölçeğinde Bir Araştırma*. Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Santoro, V. (1967). "Tourism and the United States balance of payments". *The Tourist Review*, 22 (1), 28-32.
- Schubert, S. F. and Brida, J. G. (2011). Dynamic Model of Economic Growth in a Small Tourism Driven Economy, (pp. 149-168). (Eds: A. Matias, P. Nijkamp and M. Sarmento), *Tourism Economics: Impact Analysis*. Berlin: Springer-Verlag.

- Scott, D. (2010). Blending Industry Varietals: Developmental Considerations for the South African Wine Tourism Industry. University of Cape Town. The Graduate School of Business. Master Thesis.
- Seers, D. (1969). "The Meaning of Development". *International Development Review*, 11 (4).
- Seetanah, B. (2011). "Assessing the Dynamic Economic Impact of Tourism for Island Economies". *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 291-308.
- Sekuloski, F. and Shabani, G. (2013). *Analysis of the economy of the Southwest planning region and possibilities for employment*. Prilep: Acetoni.
- Selçuk, G. N. (2013). Turizmin Ekonomik Etkisinin Ölçümü: Turizm Uydu Hesapları, (ss. 97-123). (Ed: Ş. A. Tükeltürk ve M. Boz). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sen, A. (1988). The Concept of Development, (pp. 9-26). (Eds: H. Chenery and T. N. Srinivasan), *Handbook of Development Economics*. Elsevier: North Holland. Volume 1.
- Shenton, A. K. (2004). "Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects". *Education for information*, 22 (2), 63-75.
- Shone, M. C. (2008). "Tourism, regional development and the 'new regionalism': the case of the Hurunui District, New Zealand". *New Zealand Tourism and Hospitality Conference 2008*.
- Silverman, D. (2000). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Simovski, A. (2019). *Regions of the Republic of North Macedonia, 2019*. Skopje: State Statistical Office.
- Sinclair, M. T. and Stabler, M. (1997). *The Economics of Tourism*. London: Routledge, Taylor & Francis.
- Smith, A. (2006). "Assessing the Contribution of Flagship Projects to City Image Change: a Quasi-Experimental Technique". *International Journal of Tourism Research*, 8, 391-404.

- Smith, A. (2007). After the Circus Leaves Town: the Relationship between Sport Events, Tourism and Urban Regeneration, (pp. 85-101). (Eds: M. K. Smith). *Tourism, Culture and Regeneration*. London, United Kingdom: CAB International.
- Soenarso, W. S., Nugraha, D. and Listyaningrum, E. (2013). "Development of Science and Technology Park (STP) in Indonesia to Support Innovation-Based Regional Economy: Concept and Early Stage Development". *WTR*, 2, 32-42.
- Soner, F. (2013). *Gastronomy Tourism: A Solution for Small Cities Marketing and Regional Development*. Yeditepe University. Graduate Institute of Social Science. Master Thesis.
- Sotarauta, M. (2008). "Power and leadership in promotion of regional development: An empirical analysis of the work of Finnish regional development officers". *Manchester Business School Working Paper, No. 566*, The University of Manchester, Manchester Business School, Manchester.
- Spigarolo, R., Sarti, M. V. and Nölting, B. (2010). "Providing organic food for millions of Italian pupils: How do we make it?". *Proceedings of the iPOPY session held at the BioFach Congress 2010*.
- Stilwell, F. J. B. (1972). *Regional Economic Policy*. London: The Macmillan Press Ltd.
- Stimson, R. J., Stough, R. R. and Roberts, B. H. (2002). *Regional Economic Development Analysis and Planning Strategy*. Berlin, Heidelberg GmbH: Springer-Verlag.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. 2019.
- Stubbs, T. E. (1984). *Tour Intermediaries and the Regional Tourism Economy: The Case of Japanese Tour Distribution in British Columbia*. The University of British Columbia. The Faculty of Graduate Studies. School of Community and Regional Planning. Master Thesis.
- Stynes, D. J. (1997). *Economic Impacts of Tourism: A handbook for Tourism Professionals*. Urbana, IL: University of Illinois. Tourism Research Laboratory. Illinois Bureau of Tourism. Department of Commerce and Community Affairs.

- Susan, F. (2016). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Balıkesir Örneği*. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Suzuki, T., Watts, M., Pureswaran, V., Kato, S., Torres Diaz, M. T. and Jung, C. (2020). “Health Tourism in Kayseri & the Region”. *IBM Corporate Service Corps*, Turkey Team 6.
- Sündük, İ. (2018). *Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma*. Düzce Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Sykes, R. E. (1977). “Techniques of data collection and reduction in systematic field observation”. *Behavior Research Methods & Instrumentation*, 9 (5), 407-417.
- Şamata, N. (2016). *Kongre Turizmi Bağlamında Butik Otellerin Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: Safranbolu Örneği*. Karabük Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Şanlıoğlu, Ö. (2017). *Uluslararası Turizmin İktisadi Yönü: Akdeniz Havzasında Bulunan Seçilmiş Bazı Destinasyonların Karşılaştırmalı İncelenmesi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şanlıoğlu, Ö. ve Erdem, A. (2017). “Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitine Yönelik Bir Araştırma”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 277-298.
- Şeker, H. (2011). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Amasya Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Isparta.
- Şimşek, H. ve Yıldırım, A. (2006). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taşkın, D. (2013). *Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Kayseri Örneği*. Erciyes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Tayebwa, B. M. (1992). *Basic Economics*. Kampala: Simplified Text Books Agency.
- TCMB (2019). Ödemeler Dengesi İstatistikleri. Ekim, 2019.

- Telfer, D. J. and Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Tetsu, K. (2006). "Tourism Promotion and Regional Development in Low-income Developing Countries". *The Pakistan Development Review*, 45 (3), 417-424.
- Thano, R. (2015). "The Impact of Tourism on the Balance of Payments". *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1 (5), 529-536.
- Theron, I. P. (1995). *Integrating conservation and development: community participation in ecotourism projects: An investigation into community participation in ecotourism development projects in order to ensure the integration of protected area conservation and rural development, with particular reference to a case study at Cathedral Peak in the Natal Drakensberg Park*. University of Cape Town. Department of Environmental and Geographical Science. Master Thesis.
- Tiesdell, S., Oc, T. and Heath, T. (1996). *Revitalising Historic Urban Quarters*. New York, USA: Routledge.
- Tisdell, C. and Bandara, R. (2004). "Tourism as a Contributor to Development in Sri Lanka: An Overview and a Case Study". *Economics, Ecology and the Environment, The University of Queensland*, Working Paper No. 94, ISSN 1327-8231.
- Todaro, M. P. (1981). *Economic Development in the Third World*. University of Michigan: Longman Publishing Group Wilder.
- Toktas, Y., Botoc, C., Kunu, S. and Prozan, R. (2018). "The regional development agency experiences of Turkey and Romania". *Business and Economics Research Journal*, 9 (2), 253-270.
- Torres, R. and Momsen, J. (2005). "Planned Tourism Development in Quintana Roo, Mexico: Engine for Regional Development or Prescription for Inequitable Growth?". *Current Issues in Tourism*, 8 (4), 259-285.
- Travelife (2016). *Travelife Gold Checklist*. London, UK: Travelife.
- Tribe, J. (2004). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. UK: Elsevier.

- Tsaur, S.-H. and Lin, W. R. (2014). “Hassles of tour leaders”. *Tourism Management*, 45, 28-38.
- Tunçbilekli, P. (2006). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Nevşehir Örneği*. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Niğde.
- TÜİK (2018). Yıllara Göre İl Nüfusları, ADNK Sistemi. 2007-2018. TÜİK.
- Tveter, E. (2017). “The effect of airports on regional development: Evidence from the construction of regional airports in Norway”. *Research in Transportation Economics*, 1-9.
- Ukav, I. (2012). “Regional Development Contribution of Tourism: Case of Adıyaman”. *Journal of Arts and Humanities*, 1 (1), 69-81.
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (2018). Ulaşım ve İletişimde 2003/2018 Kayseri. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı.
- UNWTO (2016). UNWTO Annual Report 2016.
- UNWTO (2017). UNWTO Annual Report 2017.
- Urban Strategy Partners (2017). *Tourism and Cities*. London, UK.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Van der Borg, J. (2011). Tourism helps or hinders the growth of urban regions? Evidence from Espon and a number of European art cities, (pp. 45-67). (Eds: L. Pedrazzini and R. S. Akiyama). *From Territorial Cohesion to the New Regionalized Europe*. Maggioli Editore: Milano.
- Vanhove, N. (2018). *The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Vanolo, A. (2015). “The image of the creative city, eight years later: Turin, urban branding and the economic crisis taboo”. *Cities*, 46, 1-7.
- Vanthillo, T. and Verhetsel, A. (2012). “Paradigm change in regional policy: towards smart specialisation? Lessons from Flanders (Belgium)”. *Belgeo, Revue belge de géographie*, 1-2, 1-18.

- Vasquez, J. I. V. (2014). Viability of Flagship Projects as Models of Urban Regeneration: The Representation of Space through the Discourse of the Actors, (pp. 53-61). (Eds: D. P. O'Donoghue). *Urban Transformations: Centres, Peripheries and Systems*. Surrey, United Kingdom: Ashgate Publishing Limited.
- Vaya, E., Garcia, J. R., Murillo, J., Romani, J. and Surinach, J. (2016). "Economic Impact of Cruise Activity: The Port of Barcelona". *AQR Working Papers 201609, University of Barcelona, Regional Quantitative Analysis Group*, 1-20.
- Vellas, F. and Becherel, L. (1995). *International Tourism*. USA, New York: St. Martin's Press.
- Visit Billings (2019). 2019-2020 Marketing Plan and Budget. Montana, USA: Visit Billings.
- Viviers, P. (2005). *The Economic Contribution of Tourism to Selected Provinces of South Africa*. North West University. Master Thesis.
- Wagner, J. E. (1997). "Estimating the Economic Impacts of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 24 (3), 592-608.
- Walburn, D. and Saublens C. (2011). "Regional economic development policy in Europe: Where next?". *Local Economy*, 26 (6-7), 473-485.
- Ward, N., Lowe, P. and Bridges, T. (2003). "Rural and Regional Development: The Role of the Regional Development Agencies in England". *Regional Studies*, 37 (2), 201-214.
- Wasim, S. and Munir, K. (2017). "Regional Disparity and Decentralization in Pakistan: A Decomposition Analysis". *Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 83444*, 1-53.
- Weatherley, R. D. (1981). *Tourism and Rural Development: The Mountain Districts of Andalusia, Spain*. University of Keele. Dissertation Thesis (Ph. D.).
- Weeres, S. D. (1988). *Development Planning in the Northwest Territories: The Case of Tourism*. The University of British Columbia. The Faculty of Graduate Studies. School of Community and Regional Planning. Master Thesis.
- Wei, K., Yao, S. and Liu, A. (2008). "Foreign direct investment and regional inequality in China". *WIDER Research Paper, No. 2008/94, ISBN 978-92-9230-148-4, The*

United Nations University World Institute for Development Economics Research (UNUWIDER), Helsinki.

Wiersma, W. (1995). *Research methods in education: An introduction (Sixth edition)*. Boston: Allyn and Bacon.

Williams, G. (2016). "Economic Impacts from Development of the Coastal Town in Queensland on Tourism and Regional Economy". *Resources*, 5 (48), 1-16.

Witt, S. F., Brooke, M. Z. and Buckley, P. J. (1995). *The Management of International Tourism*. New York: Routledge.

Wong, C. (2015). "Regional Planning: China". *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 20, 134-140.

WTTC (2015). *European Travel & Tourism: Where are the greatest current and future investment needs?* London, United Kingdom: WTTC.

WTTC (2017). *Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues 2017*.

Yan, H. (2002). *Regional Development and Governance in an Era of Globalization: A Study of the Pearl River Delta Region, China*. The University of Hong Kong. Dissertation Thesis (Ph. D.).

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*, New York: The Guilford Press.

Young, J. C. (1976). *The role of tourism in the economic development of small islands: a case study of Bermuda*. Durham University. Master Thesis.

Yumei, H. (2008). *Essays on Public Infrastructure, Industrial Location and Regional Development*. The University of Hong Kong. Dissertation Thesis (Ph. D.).

Zeng, B., Carter, R. W., De Lacy, T. and Bauer, J. (2005). "Effects of Tourism Development on the Local Poor People: Case Study in Taibai Region China". *Journal of Services Research*, Special Issue, 131-148.

Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U. and Leung, P. (1997). "Estimating Economic Impacts from Tourism". *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 76-89.

Zombek, J. J. (1966). *Regional Inequality and Economic: Development in Brazil*. The University of Arizona. Master Thesis.

İnternet Kaynakları

About Turin (2020). Turin's Cuisine, <http://www.aboutturin.com/en/turin-cuisine.html> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

AFAD (2020). Hakkımızda, <https://www.afad.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Agenzia Nazionale Turismo (2020). Turin and Its Chocolate Tradition, <http://www.italia.it/en/travel-ideas/gastronomy/turin-and-its-chocolate-tradition.html> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Akbaş, S. B. (2006). Kayseri Fuar Kültür Parkı, <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=23525> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Akın, M. (2020). Kayseri Yemekleri, <https://www.gurmex.com/> (Erişim Tarihi: 23.01.2020).

AKUT (2020). Hakkımızda, <https://www.akut.org.tr/> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Almer AVM (2020). Almer AVM, <http://www.almeravm.com.tr/index.html> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

Altundaş, A. (2013). Kayseri'nin harikası, <https://www.sabah.com.tr/kayseri-bolge/2013/05/29/kayserinin-harikasi> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

American Psychological Association (2020). Socioeconomic status, <https://www.apa.org/topics/socioeconomic-status/> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

AmosWEB Encyclonomic (2019). Balance on Services, AmosWEB LLC, 2000-2019, http://www.amosweb.com/cgi-bin/awb_nav.pl?s=wpd&c=dsp&k=balance+on+services (Erişim Tarihi: 14.12.2019).

Anadolu Harikalar Diyarı (2020). Anadolu Harikalar Diyarı, <http://www.anadoluharikalardiyari.net/default.asp> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Big Sky Resort (2020). Big Sky Montana, <https://bigskyresort.com/> (Erişim Tarihi: 04.02.2020).

Biosphere Tourism (2020). Biosphere Certification, <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification/83#bloque-400> (Erişim Tarihi: 06.01.2020).

BYZ Outlet (2020). BYZ Outlet, <http://byzoutlet.com.tr/Default.aspx> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

Cambridge Dictionary (2019). Development, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/development> (Erişim Tarihi: 02.09.2019).

Centre for Development of the South-West Planning Region (2020). South-West Planning Region, <http://www.southwestregion.mk/ZaRegionot-en.aspx> (Erişim Tarihi: 03.02.2020).

Collins (2019). Definition of 'regional development'. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/regional-development> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).

Creative Tourist (2020). Attractions in Manchester, <https://www.creativetourist.com/manchester/attractions/> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Daneshbakshi (2019). Revision Notes, Exports & Imports, <https://www.dineshbakshi.com/igcse-gcse-economics/international-aspects/revision-notes/154-exports-imports> (Erişim Tarihi: 13.12.2019).

Definitions (2019). What does regional development mean?. <https://www.definitions.net/definition/regional+development> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).

Devlet ve zel Sağlık Kurumları Rehberi (2020). Kayseri Hastaneleri, <https://www.trhastane.com/kayseri-hastaneleri.htm> (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

Discover Erciyes (2020). Erciyes Dağı, <http://www.kayserierciyes.com.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

- Doherty, S. (2012). Central Manchester Development Corporation (CMDc), https://prezi.com/zs73ok_etoy5/central-manchester-development-corporation-cmdc/ (Erişim Tarihi: 07.02.2020).
- Eliçalışkan, M. (2020). Kayseri, <http://www.cografya.gen.tr/tr/kayseri/ekonomi.html> (Erişim Tarihi: 15.01.2020).
- Encyclopaedia Britannica (2020). Turin, <https://www.britannica.com/topic/University-of-Turin> (Erişim Tarihi: 10.02.2020).
- Endeksa (2020). Kayseri Demografik Bilgiler, <https://www.endeksa.com/tr/analiz/kayseri/demografi> (Erişim Tarihi: 13.01.2020).
- Erciyes Üniversitesi (2020). Kongre ve Konferans Salonları, <https://www.erciyes.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 21.01.2020).
- Erciyes Üniversitesi Kùltür Merkezleri (2020). Erciyes Üniversitesi Kùltür Merkezleri, <http://sabanci.erciyes.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 21.01.2020).
- Federal Register (2019). Tennessee Valley Authority. <https://www.federalregister.gov/agencies/tennessee-valley-authority> (Erişim Tarihi: 20. 09. 2019).
- Federal Reserve Bank of New York (2009). Balance of Payments, <https://www.newyorkfed.org/aboutthefed/fedpoint/fed40.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2019).
- Forster, K. (2016). Turin, Italy’s first “vegetarian city”, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/dec/11/turin-italys-first-vegetarian-city> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).
- Forum Kayseri (2020). Forum Kayseri AVM, <http://www.forumkayseri.com/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Gezi Evreni (2020). Kayseri Yemekleri, <https://gezievreni.com/> (Erişim Tarihi: 23.01.2020).
- Global Travel Industry News (2020). Turin, the Piedmont region and its gastronomy: The pinnacle of tours proposed for summer 2019 & 2020, <https://www.eturbonews.com/259838/turin-the-piedmont-region-and-its->

- gastronomy-the-pinnacle-of-tours-proposed-for-summer-2019-2020/ (Erişim Tarihi: 07.02.2020).
- Green Globe (2020). Certification, <https://greenglobe.com/standard/> (Erişim Tarihi: 07.01.2020).
- Heakal, R. (2019). What Is the Balance of Payments?, <https://www.investopedia.com/insights/what-is-the-balance-of-payments/> (Erişim Tarihi: 09.12.2019).
- IGI Global (2019). What is Regional Development. <https://www.igi-global.com/dictionary/the-challenges-of-smart-specialization-strategies-and-the-role-of-entrepreneurial-universities/24865> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).
- Israel, S. (2018). What is Development?, <https://www.sid-israel.org/en/Development-Issues/What-is-Development> (Erişim Tarihi: 02.09.2019).
- İpeksaray AVM (2020). İpeksaray AVM, <https://www.ipeksaray.com.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Jandarma Genel Komutanlığı (2020). Hakkımızda, <https://www.jandarma.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).
- Kayseri Adliyesi (2020). Adliyeler, <http://www.kayseri.adalet.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 16.01.2020).
- Kayseri Büyükşehir Belediyesi (2020). Kayseri, <https://www.kayseri.bel.tr/> (Erişim Tarihi: 16.01.2020).
- Kayseri Emniyet Müdürlüğü (2020). Emniyet Müdürlükleri, <http://www.kayseri.pol.tr/> (Erişim Tarihi: 18.01.2020).
- Kayseri Havalimanı (2020). Kayseri Havalimanı, <https://kayseri.dhmi.gov.tr/Sayfalar/default.aspx> (Erişim Tarihi: 18.01.2020).
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020). Kayseri, <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-182985/anasayfa.html> (Erişim Tarihi: 13.01.2020).
- Kayseri İl Özel İdaresi (2012). Kayseri İl Özel İdaresi Salonu, <https://tr-tr.facebook.com/KAYSERIOZELIDARE> (Erişim Tarihi: 21.01.2020).

- Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2020). Coğrafi Yapı, <https://kayseri.tarimorman.gov.tr/Menu/80/Cografı-Yapı> (Erişim Tarihi: 12.01.2020).
- Kayseri Online (2020). Mesire Yerleri, <https://kayseri.online/> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).
- Kayseri Park (2020). Kayseri Park AVM, <https://www.kayseripark.com.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Kayseri Sağlık Turizmi (2020). Kayseri Sağlık Turizmi, <http://www.healthtourismkayseri.com/tr> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Kayseri Şehir Hastanesi (2018). Hastanemiz Hakkında, <https://kayserisehir.saglik.gov.tr/TR,165839/hastanemiz-hakkında.html> (Erişim Tarihi: 16.01.2020).
- Kayseri Valiliği (2020). Kayseri, <http://www.kayseri.gov.tr/is-ve-calisma-hayati> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).
- KAYSERmall Outlet (2020). KAYSERmall Outlet, <http://kaysermall.com.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Kenton, W. (2019). Invisible Trade, <https://www.investopedia.com/terms/i/invisible-trade.asp> (Erişim Tarihi: 13.12.2019).
- KUMSmall Factory (2020). KUMSmall Factory, <http://www.kumsmall.com.tr/#kumsmall-factory> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).
- Lee, J. (2015). The alternative city guide to Turin, Italy, <https://www.theguardian.com/travel/2015/jul/27/alternative-city-guide-turin-italy> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).
- Macmillan Dictionary (2019). Development, <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/development> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).
- Mazakaland (2020). Mazakaland, <https://www.mazakaland.com/> (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Merriam-Webster (2019). Development. Definition of development.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/development> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).

Meteoblue (2020). Climate Turin,

https://www.meteoblue.com/en/weather/historyclimate/climatemodelled/turin_italy_3165524 (Erişim Tarihi: 10.02.2020).

Meysu Outlet (2020). Meysu Outlet, <http://meysuoutlet.com.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

Mix Kayseri (2020). Mix Kayseri Yaşam Merkezi,

<http://www.mixkayseri.com/index.php> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

Montana's Official State Website (2020). Big Sky Montana, <https://mt.gov/> (Erişim Tarihi: 04.02.2020).

More, H. (2019). Balance of Payments,

<https://thefactfactor.com/facts/management/international-finance/balance-payments/559/> (Erişim Tarihi: 14.12.2019).

OECD (2019). Regional Development Policy, <http://www.oecd.org/cfe/regional-policy/regionaldevelopment.htm> (Erişim Tarihi: 07.07.2019).

Oldfield, E. (2017). Wow! Greater Manchester's top ten visitor attractions revealed,

<https://ilovemanchester.com/greater-manchesters-top-ten-visitor-attractions-revealed/> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Oxford Learner's Dictionaries (2019). Development.

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/development> (Erişim Tarihi: 02.09.2019).

Piemonte Guide (2020). Welcome to Turin,

<http://piemonte.italiaguida.it/en/torino/default.asp> (Erişim Tarihi: 10.02.2020).

Riley, G. (2019). Measuring the Balance of Payments,

<https://www.tutor2u.net/economics/reference/balance-of-payments-1> (Erişim Tarihi: 09.12.2019).

SGK (2016). <http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

Southwestern Region (2020). South-West Planning Region, https://www.macedonia-timeless.com/eng/cities_and_regions/regions/southwestern-region/ (Erişim Tarihi: 03.02.2020).

Termal Rehber (2020). Kayseri Termal Turizm, <https://termalrehber.com/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

The Cofidentials Manchester (2015). SOLD: Chill Factore For £15.5m To Former-Arena Owners, <https://confidentials.com/manchester/sold-chill-factore-for-155m-to-former-arena-owners> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

The Free Dictionary (2019). Regional development. <https://encyclopedia.thefreedictionary.com/Regional+development> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).

Travel Channel (2020). Ski Guide: Big Sky, Montana, <https://www.travelchannel.com/interests/sports/articles/ski-guide-big-sky-montana> (Erişim Tarihi: 04.02.2020).

Travelife (2020). Certification, https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=en (Erişim Tarihi: 07.01.2020).

TÜİK (2017). Gösterge Uygulaması, <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

TÜİK (2018). Gösterge Uygulaması, <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

TÜİK (2020). İstatistik Göstergeler, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=istgosterge> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

Türkiye Banka Şubeleri Rehberi (2020). Kayseri İlinde Faaliyet Gösteren Tüm Bankalar ve Şubeleri, <https://www.trbanka.com/kayseri-banka-subeleri.html> (Erişim Tarihi: 18.01.2020).

Türkiye Kültür Portalı (2020). Erciyes, <https://www.kulturportali.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

TÜYAP (2020). TÜYAP, <http://tuyap.com.tr/> (Erişim Tarihi: 21.01.2020).

University of Montana (2020). Big Sky, <http://itr.umt.edu/> (Erişim Tarihi: 04.02.2020).

Vikipedi (2019). Türkiye'deki üniversiteler listesi,

https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27deki_%C3%BCniversiteler_listesi (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

Visit Big Sky (2020). Big Sky Montana, <https://www.visitbigsky.com/> (Erişim Tarihi: 04.02.2020).

Visit Manchester (2020). Manchester, <https://www.visitmanchester.com/> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Visit Manchester (2020). Manchester, <https://www.visitmanchester.com/> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Weather Spark (2020). Average Weather in Manchester, United Kingdom, <https://weatherspark.com/y/39871/Average-Weather-in-Manchester-United-Kingdom-Year-Round> (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Wikipedia (2020). Greater Manchester, https://en.wikipedia.org/wiki/Greater_Manchester (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Yılmaz, H. (2020). Kayseri Yemekleri, <http://www.turkish-cuisine.org/> (Erişim Tarihi: 23.01.2020).

EKLER

EK 1. ÖDEMELER BİLANÇOSUNUN YAPISI

CARİ İŞLEMLER HESABI - İhracat - İthalat Mal Ticareti Dengesi - Hizmet Gelirleri - Hizmet Giderleri (turizm, ulaştırma, mühendislik, hukuk, işletme/yönetim, muhasebe, danışmanlık, patent ve telif haklarının ücretleri vb.) Hizmetler Dengesi Mal ve Hizmetler Dengesi - Birincil Yatırım Kaynaklı Gelirler - Birincil Yatırım Kaynaklı Giderler Mal, Hizmet ve Birincil Gelir Dengesi - Cari Transferler (yurt dışı işçi gelirleri, doğrudan dış yardım vb.) İkincil Gelir Dengesi Cari İşlemler Hesabı Dengesi
SERMAYE VE FİNANS HESABI Doğrudan Yatırımlar (Net Varlık Edinimi) Doğrudan Yatırımlar (Net Yükümlülük Oluşumu) Portföy Yatırımları (Net Varlık Edinimi) Portföy Yatırımları (Net Yükümlülük Oluşumu) - Hisse Senetleri - Borç Senetleri Diğer Yatırımlar (Net Varlık Edinimi) Diğer Yatırımlar (Net Yükümlülük Oluşumu) Sermaye ve Finans Hesabı Dengesi Cari Hesap ve Sermaye ve Finans Hesabı Dengesi
NET HATALAR VE EKSİKLİKLER HESABI
REZERV VARLIKLAR HESABI Resmi Rezervler Uluslararası Para Fonu Kredileri
ÖDEMELER DENGESİ

Kaynak: (Federal Reserve Bank of New York, 2009; Reserve Bank of Australia, 2019: 1-6; More, 2019; Heikal, 2019; Riley, 2019; AmosWEB Encyclonomic, 2019; TCMB, 2019)'dan uyarlanmıştır.

EK 2. DIŞ TURİZM BİLANÇOSU

AKTİF (Turizm Gelirleri/Döviz Girdileri)		PASİF (Turizm Giderleri/Döviz Çıktıları)	
İşlemler	Değer	İşlemler	Değer
Turistlere sunulan konaklama, yeme-içme, ulaştırma vb. hizmetlerden elde edilen gelirler		Ülke vatandaşlarının dış ülkelerdeki konaklama, yeme-içme, ulaştırma vb. hizmetler için yaptığı harcamalar	
Turistik tüketim ürünlerinin ihracı		Turistik tüketim ürünlerinin ithali	
Turistik yatırım amacıyla gelen yabancı sermaye		Dış ülkelere yapılan turistik yatırımlar ve sermaye çıkışı	
Dış ülkelerdeki turistik yatırımlardan transfer edilen karlar		Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların dış ülkelere transfer edilen karları	
Yabancılar kiralanan turistik tesisler için alınan kira ücretleri		Dış ülkelerde kiralanan turistik tesislere ödenen kira ücretleri	
Yabancı turizm personelinin eğitim harcamalarından elde edilen gelirler		Dış ülkelerde eğitilen turizm personelinin giderleri	
Dış ülkelerin, ülkede yaptıkları turistik tanıtım ve reklam harcamaları		Dış ülkelerde yapılan turistik tanıtım ve reklam harcamaları	
Yabancı turistik hizmet sağlayıcılarından elde edilen komisyonlar		Dış ülkelerde yapılan komisyon ödemeleri	
Yabancıların rehberlik hizmeti için yaptığı harcamalar		Dış ülkelerde rehberlik hizmeti almak için yapılan harcamalar	
Yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon ve diğer ödemeler		Dış ülkelerde banka ve sigorta kuruluşlarına yapılan komisyon ve diğer ödemeler	
Turistlerin eğlence merkezlerinde yaptıkları harcamalar		Dış ülkelerde eğlence merkezlerinde yapılan harcamalar	
Turistlerin park, müze vb. yerlere girmek için verdikleri ücretler		Dış ülkelerde park, müze vb. yerlere girmek için verilen ücretler	
El sanatları, hediyelik eşya vb. ürün satışları		Dış ülkelerde el sanatları, hediyelik eşya vb. ürünler satın alınması	
Yabancı işletmelerin/seyahat bürolarının giderleri		Yerli işletmelerin dış ülkelerdeki büro giderleri	
Diğer turistik gelirler/Diğer döviz girdileri		Diğer turistik giderler/Diğer döviz çıktıları	
TOPLAM		TOPLAM	

Kaynak: (Susan, 2016: 23).

EK 3. KAYSERİ İLİ TERMAL TURİZM ÇEKİCİLİKLERİ

Yeşilhisar İçmeleri: Kayseri'nin Yeşilhisar ilçesi ülke çapında kaplıca ve içmeleriyle tanınmış bir ilçedir. En fazla ilgi gören şifalı su Dutluk İçmeleri'dir. Yeşilhisar İçmeleri veya Dutlu Çeşme olarak da bilinmektedir. İçme denizden 1000 metre yüksekliktedir ve çevresi bağlık ve bahçelik alandan oluşmaktadır. Su böbrek, sindirim sistemi, karaciğer, safra, pankreas, kronik bel ağrısı, eklem hastalıkları, bazı yumuşak doku rahatsızlıkları, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmaları, bazı nörolojik rahatsızlıklar, genel stres bozuklukları ve spor yaralanmaları üzerinde olumlu etkiler ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca Dutluk İçmesi'nin verdiği doğal sıcaklık, romatizma, siyatik gibi rahatsızlıklara ve başta sedef olmak üzere bazı deri hastalıklarına da iyi gelmekte, dolayısıyla sadece içme olarak değil, banyo uygulamalarıyla da yararlı bir kaynak olma özelliği göstermektedir. Kaynak civarında yer alan ilginç kayalar ve üzerlerindeki binlerce güvercin yuvası, tedavi için gelen ziyaretçilerin ilgisini çeken bir görüntü oluşturmaktadır. Dutlu Çeşme'de yüksek sezonda yatak kapasitesi 600'e ulaşmaktadır. Bölgede 200 yataklı bir otel, çok sayıda pansiyon ve her türlü ihtiyacı karşılayacak seviyede birçok sosyal tesis bulunmaktadır. Dutlu İçmeleri'nin yakınlarında başka bir şifalı kaynak daha bulunan, Soğanlı Çayı Tedavisi yer almaktadır. Soğanlı Çayı Tedavisi, Soğanlı Çayı'nın kenarında safra kesesi ve böbrek taşlarına fayda sağlayan ve yoğun talep gören şifalı bir kaynak olarak ifade edilebilir. Hastalar içmelerin konaklama ve sosyal tesislerinden yararlanmaktadır. Ayrıca Yeşilhisar'ın Erdemsin Maden Suyu da, bölge halkının ilgi gösterdiği şifalı su kaynaklarından.

Bayramhacı Kaplıcası: Kayseri'nin Himmetdede beldesine bağlı Bayramhacı köyünde bulunan kaplıca denizden 990 metre yüksekliktedir. Bayramhacı Kaplıcası'nda üç adet genel tedavi havuzu, çok sayıda sıra banyo, 40 yataklı bir otel ile motel tarzı hizmet veren çeşitli işletmeler ve toplam 500 yatak kapasitesi ile konaklama ihtiyacını karşılamaktadır. Kaplıca tüm romatizmal hastalıklar, gut, karaciğer, safra kesesi, bronşit, üst solunum yolu hastalıkları, hormon bozukluğu, nevrit, nevralkji ve kadın hastalıkları üzerinde olumlu bir etki göstermektedir.

Boğazköprü İçmesi: İçme suyu karaciğer ve safra yolları hastalıklarında olumlu bir etki göstermektedir. İçme çevresinde yer alan konaklama tesislerinin toplam yatak kapasitesi 200'ün üzerindedir, ayrıca sosyal tesisleri ise yeterli düzeydedir. Aynı zamanda içme, il merkezine çok yakın bir mesafede yer almaktadır.

Tekgöz Kaplıcası: Kayseri'nin Himmetdede beldesine bağlı Yemliha köyünde bulunan kaplıca Selçuklular ve Osmanlılar zamanından beri işletilen tarihi kaplıcalardan biridir. Kaplıca alanında, Selçuklulardan kalma büyük bir hamam yıkıntısı bulunmaktadır. Kaplıca romatizma, nevralkji, nevrit, yarım felçler, kırık ve çıkıklardan sonra oluşan eklem tutuklukları, çeşitli kemik hastalıkları, ağrılı hastalıklar ve kadın hastalıkları için oldukça faydalıdır. Kaplıcada yeterli sayıda konaklama tesisi, tedavi havuzları ve çok sayıda sıra banyosu bulunmaktadır. Ayrıca kaplıcada her türlü yardımcı tesis bulunmaktadır.

Yazır İçmesi: Yazır İçmesi il merkezine 15 kilometre uzaklıktaki Yazır köyünde yer almaktadır. "Yazır Maden Suyu" olarak da nitelendirilen içmenin bulunduğu yer bağlık ve bahçelik alandan oluşmaktadır. Su karaciğer, bağırsak, safra yolları ve mide hastalıkları üzerinde faydalı bir özelliğe sahiptir. İçmenin çevresinde çok sayıda çeşmesi bulunan büyük bir havuz ve 50 yataklı bir otel bulunmaktadır. Konaklama ihtiyacı yetersiz kaldığı için sezon süresince kamp çadırları kurulmaktadır.

Diğer Kaplıca ve İçmeler: Ambar köyündeki Saz İçmesi çoğu hastalığı iyileştirmekte, Çökek Kaplıcası sindirim rahatsızlıklarında ve geç kapanan yaralar üzerinde olumlu etki oluşturmakta, Özengi Kaplıcası iştahsızlık ve kansızlığın giderilmesinde oldukça etkili olmaktadır. Ayrıca Menteşe Kaplıcası ile Sofular Maden Suyu, şifa değerleri yüksek kaynaklar arasında yer almakta, Hasan Alp köyünde bulunan Hasan Alp Maden Suyu mide, karaciğer ve böbrek hastalıkları için yarar sağlamakta, Erciyes Dağı'nın saf ve temiz su havzalarından beslenen ve Alaaddin Keykubat Kaynağından temin edilen şifalı kaynak suyunun sertlik derecesi 7,5, mineral değerleri ise yüksektir. İncesu ilçesinin Sazlık İçmesi, Develi ilçesinin de Zile Acısuyu şifalı sularındandır. Zile Acısuyu, ilçeye bağlı Zile beldesinden kaynamakta, aynı zamanda çevresinde güzel bir dinlenme yeri bulunmaktadır.

Kaynak: (Termal Rehber, 2020; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020)'den uyarlanmıştır.

EK 4. KAYSERİ İLİNİN KUŞ GÖZLEMCİLİĞİ VE DOĞA TURİZMİ DESTİNASYONLARI

Sultan Sazlığı Milli Parkı (Kuş Cenneti): Kayseri'nin 70 kilometre güneyinde ve Develi, Yeşilhisar ve Yahyalı üçgeni içerisinde bulunan Sultan Sazlığı mevsimlere göre değişerek 8-13 hektar büyüklükte sulak bir alandır. Sultan Sazlığı'nın kuzeyinde bölgenin en yüksek volkanik dağı Erciyes bulunmakta ve dağın eteklerinde büyük tatlı su bataklığı yer almaktadır. Büyük kısmı sazlarla kaplı, yer yer kamış, kafa otu ve kındıra bulunan Sultan Sazlığı'nda açık havalarda nilüfer ve süsen görülmektedir. Sahanın merkezine doğru görülmeyecek kadar çok yüzen saz adacıkları bulunmakta ve bunlar kuvvetli rüzgarlarla yer değiştirmektedir. Bu tatlı su kompleksi güney ve kuzeyde Yay Gölü ile ayrılmaktadır. Kuzeybatı yönünde bu göle bağlı Çöl Gölü bulunmaktadır. Sultan Sazlığı, step ekosistemi içerisinde eşine az rastlanan tatlı ve tuzlu su ekosistemini bir arada bulundurarak, İç Anadolu step ekosistemi içerisinde sahip olduğu zengin biyolojik çeşitliliği ve Afrika ile Avrupa arasındaki göçmen kuşlarının kullandığı iki ana kuş göç yolunun bu alanda kesişmesi nedeniyle Türkiye'nin en önemli sulak alanlarından birisidir. Burada 600 bin adet ördek, kaz, flamingo ve çok çeşitli kuşlara rastlanmaktadır. Bölgenin öneminin ortaya çıkmasıyla Sultan Sazlığı 1971 yılında Kara Avcılığı Kanunu'na dayanılarak Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı'nca "Su Kuşları Koruma ve Üretme Sahası, 1998 yılında Tabiatı Koruma Alanı, 1993 yılında Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulunca Birinci Derece Doğal Sit Alanı ilan edilmiş, 2008 yılında ise Sultan Sazlığı Milli Parkı Uzun Devreli Gelişme Planı ve Ramsar Alanı Yönetim Planı uygulamaya konulmuş ve koruma altına alınmıştır. 2002 ile 2004 yılları arasında yapılan flora çalışmaları sonucunda alandaki doğal bitki türünün 428 olduğu ve bunların 48 tanesinin de endemik olduğu tespit edilmiştir. Sultan Sazlığı'nda yapılan kuş sayım sonuçlarına göre maksimum 301 kuş türü kaydedilmiştir.

Hürmetçi Sazlığı: Kayseri il merkezinin 13 kilometre güneybatısına konumlanan Hürmetçi Sazlığı (Karasaz) sulak alanı mevsimin ilk yağmurlarıyla beraber suyla dolmaktadır. Hacılar ve İncesu ilçelerinin sınırları içerisinde kalan ekosistem, 2004 yılında 9 Ramsar kriterinden birini taşıdığı için uluslararası öneme sahip bir sulak alan olarak tanımlanmıştır. Hürmetçi Sazlığı deniz seviyesinden yaklaşık 1073 metre yükseklikte yer almakta ve Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarından geçen göç rotası üzerinde bulunmaktadır. Rekreatif açıdan olduğu kadar yaban hayatı açısından da önemli olan sazlık içerisinde, büyük ak balıkçıl, gri balıkçıl, küçük kuğu, ötücü kuğu, angıt, suna, yeşilbaş ördek, kıkıyruk, saz tavuğu, sakarmeke, saz delicesi, uzun bacak, küçük balaban, kaşıkçı, leylek, sığırcık, kırlangıç, tepeli toygar, ibibik, Avrupa arı kuşu, akkuyruk sallayan, yalıçapkını, serçe ve saksağan gibi kuş türlerini gözlemlene fırsatı bulunmaktadır.

Erciyes: Erciyes Dağı'nın çevresinde 173 kuş türünü gözleme fırsatı bulunmaktadır. Bunlar arasında alaca ağaçkakan, ak gerdanlı ötleğen, angıt, bıyıklı doğan, boğmaklı toygar, bozkır toygarı, bülbül, çıtkuşu, dağ kuyruksallayanı, eabil, incirkuşu, ispinoz, karabaşlı kirazkuşu, karaiskete, karatavuk, kar serçesi, kaya kartalı, kerkenez, ketenkuşu, kırmızı gagalı dağ kargası, kızıl şahin, kulaklı toygar, kuyrukkakan, küçük ak gerdanlı ötleğen, ökse ardıcı, sarıasma, sarı kuyruksallayan, sürmeli dağbülbülü, tarlakuşu, taşkızılı, tepeli guguk, tarla kirazkuşu ve uludoğan gibi kuş türleri en sık rastlanan kuşlardır. Nesli tehlike altında olan türler ise toy, turna, kara leylek, angıt, kaşıkçı, bıyıklı sumru, mahmuzlu kızkuşu ve sürmeli kızkuşu göç döneminde görülebilmektedir. Ayrıca Erciyes Dağı, 14'ünün nesli Avrupa'da tehlike altında olan 86 değişik tür kelebeğe ev sahipliği yapmaktadır. 3.000 metreye uyum sağlayan türleri barındıran alanda sık sık gelengi, tavşan ve sincaplara rastlanılabilmektedir. Kayseri ilinin diğer kuş gözlem alanları arasında Kızılırmak ve Zamantı Irmağı'nın havzaları da yer almaktadır.

Kapuzbaşı Şelaleleri: Türkiye'de debisi en yüksek şelale ünvanına sahip olan Kapuzbaşı Şelaleleri, Yahyalı ilçesinde konumlanmaktadır. Aynı zamanda yerleşim sınırları içerisinde Derebağ ve Yeşilköy Şelaleleri de bulunmaktadır. Türkiye'nin eğlenceli yürüyüş rotalarının bulunduğu Aladağlar'ın Niğde Çamardı-Ulupınar güzergahını yürüten doğaseverler, etkinliklerini Kapuzbaşı'nda sonlandırmaktadır. Aladağlar Milli Parkı sınırları içerisinde bulunan Kapuzbaşı Şelaleleri, yükseklerdeki kar ve buzulların erimesi sonucu oluşan Aksu ve Aladağ çayları üzerinde yer almaktadır. Denizden yaklaşık 2.000 metre yükseklikte bulunan Hacer Ormanları bölgesindeki Ensenin Tepe adlı blok kayadan çıkan şelalelerin beşi tepenin doğusunda ikisi de güneyinde yer almaktadır. İki farklı çay, şelalelerin döküldüğü yerde birleşmekte ve aşağısında Zamantı Irmağı'yla buluşarak Çukurova bölgesindeki Seyhan Nehri'ne karışmaktadır. İçerisinde kırmızı benekli alabalıkların yaşadığı şelalenin çevresi, piknik alanları, bungalovlar, gezi patikaları ve otopark olarak düzenlenmiştir. Kayseri çıkışlı şelale güzergahı (Kayseri-Erciyes-Develi-Yahyalı) 148 kilometreye ulaşmaktadır. Kayseri Orman ve Su İşleri Müdürlüğü tarafından peyzaj düzenlemesi yapılan alan, turizme kazandırılmış durumdadır.

Hacer Ormanları: Aladağlar Milli Parkı sınırları içerisinde bulunan Hacer Ormanları dik yamaçlardan

oluşan vadiyi saran el değmemiş sık ağaçlarla kaplı olmakla birlikte Türkiye'nin en iyi post ormanıdır. Yoğun bir şekilde gözlenen yaban hayatı ve sunduğu görsel zenginlik ile macera tutkunları ve turistler için oldukça çekici bir doğa harikasıdır.

Yedigöller: Hacer Vadisi'nden sonra ulaşılan ve 3.000 ile 3.500 metre rakımlı bir vadiye bulunan Yedigöller, Aladağlar zirvelerinin arasında kar ve buzul suları ile beslenmektedir. Yaz mevsiminin yaklaşmasıyla eriyen karlarla oluşan yüzlerce göl içerisinde yaz-kış kurumadan kalan Yedigöller, sahip olduğu benzersiz görünümü ile insanları kendine çekmektedir.

Soğanlı Vadisi: Kayseri, Nevşehir ve Niğde üçgeninde bulunan Soğanlı Vadisi, Yeşilhisar'ın 15 kilometre batısında yer almaktadır. Erciyes Dağı ile Ihlara Vadisi'nin ortasında bulunan Soğanlı Vadisi, Kapadokya bölgesinin en gizemli vadilerindendir. Soğanlı Vadisi Kapadokya bölgesine gelen turistlerin ilgisini çekmekte ve bu durum da bölge için önemli bir avantaj oluşturmaktadır.

Şeker Gölü: Şeker Gölü Kayseri'nin Kocasinan ilçesi sınırlarında yer almakta ve Kayseri Şeker Fabrikası arazisi içerisinde konumlanmaktadır. Alaaddin Keykubat havzasındaki kaynak suyuyla beslenen Şeker Gölü, 2. Derece Doğal Sit Alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır. Bu da bölgenin önemini ortaya koymaktadır.

Zamantı Irmağı: Kayseri'nin Pınarbaşı ilçesinde bulunan 1.500 metre yükseklikteki Uzunyayla'da yer alan Şerefiye köyünden doğan Zamantı Irmağı, Seyhan Nehri ve havzasını besleyen iki büyük koldan biridir. Pınarbaşı'ndan başlayarak derin bir boğaz halini alan Zamantı Vadisi boyunca önce Kuzey-Güney doğrultusunda sonra kuzeydoğu-güneybatı doğrultusunda akarak Kayseri'nin Pınarbaşı, Tomarza, Develi ve Yahyalı ilçelerinden geçmektedir. Tomarza'da Batı, Yahyalı'da ise Kuzey-Güney doğrultusunu almaktadır. Büyükçakır'ı geçtikten sonra Kayseri-Adana sınırını çizerek Mengez'e doğru akmakta ve Karantı dağının eteklerinde Kayseri sınırlarını geçmektedir. Adana'ya 80 kilometre kala, Aladağ ilçesinin Akinek Dağı yamaçlarında Göksu Irmağı ile birleşerek Seyhan Nehri'ni oluşturmaktadır. Yeşil ve güzel bir doğal görünüme sahip olan ırmak hattı doğaseverleri bölgeye çekmektedir.

Derevenk Vadisi: Derevenk Vadisi, Talas ve Tavlusun Köyleri arasında uzanmaktadır. Bölgedeki dik yokuşlar ve uçurum kenarından devam eden patikalar maceraseverlere hitap etmektedir. Kayseri'deki macera yolculuklarında Derevenk Vadisi ziyaret edilebilir, ayrıca vadinin eşsiz manzarasını da fotoğraflayabilir.

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020)'den uyarlanmıştır.

EK 5. KAYSERİ İLİNDE BULUNAN POPÜLER İNANÇ, KÜLTÜR VE TARİH TURİZMİ DESTİNASYONLARI

Kültepe (Kaniş Karum): Kayseri ilinin tarihini altı bin yıl önceye dayandıran kanıtların ortaya çıkarıldığı Kültepe, şehir merkezine 24 kilometre uzaklıkta yer almaktadır. Hititlerin Anadolu’da kurduğu ilk kentin kalıntısı olan höyük ve onu saran Karum’dan oluşan Kültepe Ören Yeri’nde yönetim binalarının, dini yapıların, ev, dükkan ve atölyelerin kalıntıları bulunmaktadır. Kültepe, Anadolu’daki ilk yazılı tabletleri barındırması ve dünyanın ilk organize ticaret merkezi olmasıyla ön plana çıkmaktadır. Asurlular, kurdukları ticaret sistemi ile bir ticaret kolonisi geliştirmeyi başarmışlar, çoğu yerli krallıkların merkezinde veya önemli şehirlerde, liman anlamına gelen ve “karum” denilen birer ticaret merkezi/pazaryeri oluşturmuşlardır. Asur çivi yazısı ile yazılan bu tabletlerde, dönemin siyasi ve hukuki ilişkilerini gösteren mektuplar, senetler, mühürler ve anlaşma metinleri yer almaktadır. Söz konusu tabletler 2015 yılında Unesco Dünya Belleği listesine alınmıştır. Ticaret yolu üstünde stratejik öneme sahip Kültepe bu özelliğini yüzlerce yıl sürdürmüştür. 1925’te Kültepe’nin önemli bölümlerinden biri olan karum keşfedilmiştir. 1948 yılından beri Türk Tarih Kurumu ile Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü adına bölgede kazılar yapılmaktadır. Kültepe’de Asur, Genç Hitit, Helen, Roma, Pers ve Tabal dönemlerine ait eserler ve bulgular ortaya çıkarılmıştır. Bu eserler Kayseri Arkeoloji Müzesinde sergilenmektedir.

Kayseri Kaleleri: Kayseri ilinin kültür ve tarihi önemini ortaya çıkaran birçok kale bulunmaktadır. Öncelikle Kayseri ilinin önemli sembolleri arasında yer alan Kayseri Kalesi incelendiğinde, sekizgen bir şekile benzetilen kale, iki dış kalenin ortasında yer alan iç kaleden oluşmaktadır. Kayseri Kalesi’ne ait ilk bilgiye M.S. 3. yüzyılda İmparator Gordianus dönemindeki sikkelerde rastlanmaktadır. Romalılar’dan başlayarak Bizanslılar, Danişmentliler, Selçuklular, Dulkadiroğulları, Karamanoğulları ve Osmanlı İmparatorluğu Kayseri Kalesi’nin iç ve dış surlarını tamir ve tadil etmişlerdir. Dış surların az bir bölümü ve iç surların önemli bir bölümü günümüze kadar ulaşmıştır. Roma İmparatoru III. Gordianus zamanında (M.S. 238-244) yapılan kale kültür ve tarih turizmi açısından Kayseri iline değer katan önemli bir varlıktır. Kayseri sınırlarındaki etkileyici kalelerden biri de, Pınarbaşı ilçesi Melikgazi köyündeki Zamantı (Melikgazi) Kalesi’dir. Zamantı havzasına hakim bir bölgeye kurulan kale, eski Kayseri-Malatya ve Kayseri-Kahramanmaraş güzergahını savunmak amacıyla kullanılmıştır. Surlarının büyük bir kısmı ayakta duran yapı, üç tarafının uçurum olması nedeniyle bir kartal yuvasına benzetilmektedir. Kayseri’ye yaklaşık 50 kilometre uzaklıkta bulunan Develi Kalesi ise, ilçenin güneybatısına konumlanmış ve savunulması kolay bir kaya tepe üzerine inşa edilmiştir. Kaleden günümüze sadece iki burç ve bazı sur duvarları kalmıştır. Develi’de ayrıca Tombak, Kaleköy, Yeniköy ve Şahmelik yerleşimlerinde de kaleler bulunmaktadır, ancak bu kalelerden kalan bir yapı kalıntısı bulunmamaktadır. Antik dönemden beri kullanılmakta olan Kayseri-Yahyalı-Çamlıca (Faraşa)-Ulupınar (Barazama)-Aladağ (Karsantı)-Adana güzergahı üzerindeki kaleler ise, Yahyalı ilçe sınırlarında yer almaktadır. Yahyalı-Kapuzbaşı ana yolu üzerinde Bostanlı, Kavak ve Aşırılık kalelerinin kalıntıları da görülebilmektedir. Bir kaya kütlesi üzerine inşa edilen ve Zamantı Irmağı’nın aktığı yemyeşil bir vadiyi seyreden Faraşa Kalesi kısmen iyi durumdadır. Kayseri il sınırlarında yer alan, ancak tamamen yıkılmış olan diğer kaleler; il merkezine 85 kilometre uzaklıktaki Akkışla ilçesinin kuzeydoğusunda eski kervan yolunu koruyan Akkışla Kalesi, 65 kilometre mesafedeki Yeşilhisar ilçesinde 1600 metrede yükseklikte bir tepeye kurulduğu için uzak mesafelerden bile görülebilen Zengibar Kalesi ve il merkezine 65 kilometre uzaklıktaki Özvatan ilçesi ile Kocasinan’ın Amarat mahallesi arasında yükselen Zırha Kalesi olarak sıralanmaktadır.

Hitit Kalıntıları: Bir dönem Anadolu coğrafyasının tek hakimi olan Hititler, Kayseri il sınırlarında birçok tarihi mekanda antik dönemi aydınlatan önemli eserler bırakmışlardır. Özellikle Develi’deki Fraktin ve Taşçı, Tomarza’daki İmamkulu ile Melikgazi’deki Hisarcık kaya kabartmaları, Akkışla ilçesinde yer alan Geç Hitit Devletler Topluluğu Tabal’ın başkenti olan Kululu, Pınarbaşı ilçesindeki Karakuyu, Sarioğlan ilçesindeki Çiftlik ve Erkeket beldesindeki Karapınar yerleşimleri Hitit uygarlığı açısından önemli mekanlardır. Arkeologlara göre Hititlerin başkenti Çorum-Boğazkale Hattuşa ve Kayseri Kültepe yerleşimlerinden Anadolu’nun güneyine inmek için birçok rota kullanılmıştır.

Yeraltı Şehirleri: Savaşlardan, yırtıcı hayvanlardan korunmak ve güvenilir bir alanda yaşamak için yeraltı şehirleri inşa eden eski çağ insanları, bu amaçla kolayca işlenebilen kayaların yer aldığı bölgeleri seçmiştir. Özellikle Kapadokya bölgesine yayılan yeraltı şehirlerinin bazıları binlerce kişiyi barındırabilecek büyüklüktedir. Dıştan belirsiz dar bir kapı ile girilen yeraltı şehrinin katları basamaklı ve dar koridorlarla birbirine bağlanmakta ve içerisinde depo, mutfak, salon, sarnıçlar, havalandırma bacaları ve ibadethane gibi bölümler yer almaktadır. Kayseri civarında bulunan yeraltı şehirleri birçok açıdan Nevşehir-Göreme bölgesindeki yeraltı şehirlerinden farklı yapıdadır. En önemli fark Kayseri

çevresindeki yeraltı şehirlerinin Nevşehir’de bulunanlara göre daha küçük olmalarıdır. Diğer bir önemli fark ise Kayseri civarındaki bu savunma yapılarının büyük kısmının kayalık duvarlarda inşa edilmiş olmasıdır. Düzlukte ve derinlemesine kazılan Nevşehir-Göreme yeraltı şehirlerinden farklı olarak Kayseri civarında bulunan yeraltı şehirlerinin bir kısmı, kayalık duvarlarda kazılmış ve vadilere açılan pencereyi büyük odalarla bağlantılı olarak yapılmıştır. Kapadokya’nın önemli bir parçası olan Kayseri, bugün bilinen yirmiden fazla yeraltı şehrine ev sahipliği yapmaktadır. Büyükşehir Belediyesi, Çekül Vakfı ve Obruk Mağara Araştırma Grubu’nun işbirliğiyle başlatılan yeraltı şehirlerinin belirlenmesi, rölövelerinin (yapı planı) çıkarılması, haritalandırılması, tescil edilmesi ve temizlenerek turizme açılması için çalışmalar yapılmaktadır. Şu ana kadar tespit edilen yeraltı şehirleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Melikgazi ilçesinde Ağırnas, Ağırnas Mimar Sinan Evi (altında), Ağırnas Subaşı Köyü, Çatalin (Gesi-Kayabağ Köyü Değirmendere Vadisi’nin batı yamacı), Penzikli (Değirmendere Vadisi’nin doğu yamacı), Hisarcık-Kırlangıç Vadisi (Tekir Yaylası-Seyfe Deresi Vadisi), Ötedere Vadisi 1 ve 2 (Gesi), Belağası (Gesi),
- Pınarbaşı ilçesinde İsbıdın (Pazarören),
- Talas ilçesinde Ali Dağı, Ali Saip Paşa, Zincidere, Reşadiye-Karaağaç,
- Tomarza ilçesinde Tomarza ve Emiruşağı,
- Yeşilhisar ilçesinde Doğanlı (Gördeles)-Kırkmerdiven, Güzelöz ve
- Develi ilçesinde Gazi kasabasıdır.

İpek Yolu: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Çekül Vakfı’nın yaptığı çalışmaya göre, İpek Yolu’nun Anadolu hattında; (1) Trabzon-Gümüşhane-Erzurum-Sivas-Tokat-Amasya-Kastamonu-Adapazarı-İzmit İstanbul-Edirne, (2) Mardin-Diyarbakır-Adıyaman-Malatya-Kahramanmaraş-Kayseri-Nevşehir-Aksaray Konya-Isparta-Denizli-Antalya ve (3) Erzurum-Malatya-Kayseri-Ankara-Bilecik-Bursa-İznik-İzmit-İstanbul güzergahları kullanılmıştır. Asya ile Avrupa kıtalarını kültürel ve ticari açıdan birbirine bağlayan hat, ilk zamanlar suyun bol olduğu vadilerde ilerlerken daha sonra güvenliği sağlamak amacıyla kırsal alanlarda kurulan ve kalın duvarlarıyla kaleye benzeyen han ve kervansaraylar yapılmıştır. Oda, ahır, depo, mescit, hamam ve çeşmenin yanı sıra nalbant, doktor ve veteriner hizmeti de sunan han ve kervansaraylarda yolcular din, dil ve ırk ayrımı yapılmadan üç gün ücretsiz olarak konaklanmaktaydı, özellikle Selçuklular döneminde Anadolu’da yapılan yaklaşık iki yüz han ve kervansarayın üç tanesi Kayseri ilinde bulunmaktadır. İncesu ilçesinde Kara Mustafa Paşa, Bünyan ilçesinde ise Sultanhanı ve Karatay kervansarayları İpek Yolu üzerindeki önemli dinlenme merkezi statüsündedir. I. Alaaddin Keykubad zamanında 1232-1236 yılları arasında yapılan Sultanhanı, Kayseri-Sivas-Erzincan-Erzurum-Ağrı-Iğdır (Harmandöven) hattının bir parçası olarak yer almaktadır. Selçuklu vezirlerinden Atabey Emir Celaeddin Karatay tarafından 1240 yılında İpek Yolu’na kazandırılan Karatay Kervansarayı ise Kayseri-Maraş-Malatya-Gaziantep hattında hizmet vermiştir. İncesu ilçe merkezinde bulunan kervansaray ise, Osmanlı vezirlerinden Merzifonlu Kara Mustafa Paşa döneminde yapılmıştır. Bu yapı Adana ve Nevşehir (Saruhan) hattının kavşak noktasına inşa edilmiştir. Ayrıca Talas ilçesinin Başakpınar mahallesinde İspile Han’ının yıkıntıları bulunmaktadır.

Soğanlı Vadisi: Soğanlı Vadisi, ilgi çeken coğrafi yapısının yanı sıra, Hristiyan dünyası için büyük önem arz eden kiliseleriyle ünlüdür. Milyonlarca yıl önce Erciyes ve Hasan Dağı volkanlarından fıskıran lav ve küllerin soğuması sonucu ilginç yeryüzü şekillerinin olduğu Kapadokya bölgesi, derin tuf vadileri, peribacaları ve kaya yerleşimleriyle bilinmektedir. Kapadokya’nın önemli bir parçası olan Soğanlı Vadisi, tüm bu özellikleriyle önemli bir turizm merkezi konumunda yer almaktadır. Akköy Baraj Gölü’nden başlayarak uzanan vadi içerisinde, yaklaşık iki yüz kadar kilise yer almaktaydı. Bir kısmında fresklerin yer aldığı bu tarihi yerlerden özellikle Geyikli, Tahtalı (Santa Barbara), Kubbeli, Saklı, Yılanlı, Karabaş, Tokalı ve Ballık kiliseleri ziyaret edilebilmektedir. Erdemli köyünde yeşil ve dar bir vadinin yamaçlarına yayılan, Tek Nefli Arkaik, Aziz Nikolaos, Kırk Martir, Ayı, Michael, Oniki Havari, Aziz Eustathios ve Saray kiliseleri ile Haralam Manastırı görülmeye değer yerler arasında yer almaktadır. Ayrıca Erdemli köyünün bir kilometre güneyindeki Karaönür ile iki kilometre kuzeyine konumlanan Gülbayır köyündeki Kesteliç kaya yerleşimleri ilgi çekici yerlerdendir. Soğanlı Vadisi’nin diğer tarihi mekanı ise Yeşilhisar ilçesine 18 kilometre mesafede bulunan Güzelöz köyüdür. Başköy ile Güzelöz arasına konumlanan vadide Haç, Mistikan, Aziz Basileus, Ortaköy Aziz Georgios, Panagia, Michael, Aziz Stratilates, Aziz Eustathios, Ortaköy Azize Barbara gibi kilise ve kaya kiliseleri görülebilmektedir. Ayrıca Başköy (Ortaköy) yerleşiminde de bir bölümü terk edilmiş tarihi evler bulunmaktadır.

Kümbetler: Roma mezar anıtları, Selçuklu kümbetleri ve Osmanlı türbeleri anıt mezarların en güzel örneklerini temsil etmektedir. Sekizgen, ongen, onikigen veya daire planlı olarak çokgen mimari tarzı ile inşa edilen kümbetlerin kubbe altındaki ana kitleleri çokgen prizma veya silindirik formunda olabilmektedir. Kümbetler Türkiye’de en çok Kayseri’de ve Bitlis’in Ahlat ilçesinde bulunmaktadır. Kayseri il merkezinde 19 adet, il sınırlarında ise 25’e yakın kümbet bulunmaktadır. Kümbetlerin

üzerinde kanatlı aslanlar, çift başlı kartal arması, geometrik şekil ve bitki motifleri, hurma dalları, kuş ve aslan başları gibi semboller yer almaktadır. Bu kümbetler; Melikgazi Kümbeti, Garip Kümbeti, Dev Ali Kümbeti, Çifte Kümbet (Melike Adile), Dört Ayaklı Kümbet, Ali Cafer Kümbeti, Hunat Hatun Kümbeti, Hacıp Çavlı Kümbeti, İkiz Kümbet 1, İkiz Kümbet 2, Gevher Nesibe Hatun Kümbeti, Şifalı (Avgunlu) Kümbeti, Hasbek (Hacı Mesut Gülzar) Kümbeti, Şeyh Tennuri Kümbeti, Emir Sultan Kümbeti, Lala Muslihiddin Kümbeti, Alaca Kümbeti, Emir Cemaleddin Tanrıvermiş Kümbeti, Döner (Şah Cihan Hatun) Kümbet, Sırçalı Kümbet, Köşk (Sülü Paşa) Kümbeti olarak sıralanmakta, aynı zamanda Beşparmak, Babük Bey, Emir Şahap, Emirzade Mehmed, Emir Erdoğan, Emir Ali, Suya Kanmış Hatun, Battal, Mehmet Gazi ve Seyyid Burhaneddin gibi türbeler de bulunmaktadır.

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri Valiliği, 2020)'den uyarlanmıştır.



EK 6. KAYSERİ İLİNDE BULUNAN TARİHİ VE KÜLTÜREL VARLIKLAR

KOCASINAN	MELİKGAZİ	YAHYALI
- Avgun Höyüğü - Köprüseki Höyüğü - Engir Gölü - Kültepe Kaniş/Karum - Şeker Gölü - Mahzemin Höyük - Ahmet Hisari (Akkale) - Çifte Kümbet Tümülüsü - Eski Çeşme Höyüğü - Ümmet Höyüğü - Kaya Oyma Mekanlar ve Kaya Kilisesi - Kepez Tepesi Yerleşimi - Soğulcak Höyük - Tilki Tepesi Tümülüsü - Kalaycıoğlu Mescidi - Hasbek Camii - Askeri Hastane Giriş Kapısı - İstasyon Binası - Sümerbank Bez Fabrikası - Gazipaşa İlköğretim Okulu - Şehit Nazım İlköğretim Okulu - Hacı Kılıç Camii - Helvacı Dede Şih Mescidi ve Türbesi - Kurşunlu Camii - Battal Camii - Hasbek Kümbeti ve Çeşmesi - Şifalı (Avgunlu Kümbet) - Ulu (Alev) Hatun (Şadgeldi) Türbesi - Gevher Nesibe Hatun Kümbeti - Gevher Nesibe Çeşmesi - Tekgöz Köprüsü - Sahabiye (Mıhlım) Çeşmesi - Sahabiye Medresesi - Eski Memleket Hastahanesi - Keykubadiye Sarayı - Roma Mezarı - Hıdır İlyas Tümülüsü - Selçuklu Köşkü - Haydar Bey Köşkü - Cırgalan Hanı - Çandır Camii ve Çeşmesi - Çokgöz Köprüsü	- Kentsel Sit Alanı - Doğal Sit Alanı - Dalmatepe Tümülüsü - Höyük Mevki Tümülüsleri - Kabakaya Tümülüsü - Nekropol Alanı - Küçükbürüngüz Kaya Yerli Kaya Kiliseleri ve Güvercinlik - Kaya Yerleşimi ve Kaya Kiliseleri - Turan Kaya Yerleşimi ve Kaya Kiliseleri - Kaya Kilisesi - Kayabağ Köyü Kaya Yerleşimi Kaya Kilisesi ve Yamaç Yerleşimi - Yer Altı Şehri - Kaya Kilisesi - Belağası Siti - Tümülüs (III) - Tümülüs (IV) - III No'lu Beştepeler Tümülüsü - IV No'lu Beştepeler Tümülüsü - V No'lu Beştepeler Tümülüsü - Yılanlı Dağ Tümülüsü - Kızıltepe Tümülüsü - Tümülüs (I) - I No'lu Beştepeler Tümülüsü - II No'lu Beştepeler Tümülüsü - Gültepe Tümülüsü 4 Tümülüs - Mimar Sinan Çeşmesi - Sarnıç (İşlik) - Köprü - Mimar Sinan Evi - İttihat ve Terakki Mektebi - Konut - Konut - Zeynel Abidin Türbedar Evi - Ermeni Kilisesi - Aşağı Mahalle Cami - Rum Kilisesi II - Kilise I - Kilise - Melik Aslan Camii - Gülük Camii - Orta Camii - Yukarı Mahalle Camii - Namazgah - Fatih (İç Kale) Camii - Yanıkoglu Camii - Yukarı Mahalle Camii II - Şih (Şeyh) Camii	- Kapuzbaşı Şelaleleri - Yedigöller - Fethullah Höyük - Kaya Mezarlar - Kale Höyük (Bostanlı Kalesi) - Ulu Cami - Yahya Gazi Türbesi - Seyid Ali Türbesi Sit Alanları Kötenni Tepe Tümülüsleri Dikme Höyüğü Çubuklu Höyüğü Delialıuşağı Arkeolojik Yerleşimi Kadılar Tepesi Höyüğü Musluk Mevkii Tümülüsü Çubuklu Köyü Yerleşim Alanı Eski Roma Mezarları Köprü Dikme Kaya Mezarı Karaköy Kaya Mezarı Faraşa Kalesi Akçakoca Zaviyesi SARIZ - Tavla Höyük - Yunak Taşı Siti - Develi Höyük - Aşağı Küçük Örtülü Höyüğü - Gala Tepe Höyük - Sarız Merkez Höyük - Mil Taşları ve Lahitler Sit Alanları Darıdere Höyük Yeşilyurt Höyüğü Altısöğüt Köyü Höyüğü Killiktepe Höyüğü Han Yeri Gölbaşı Kayası Düz Yerleşim Yeri Çağla Tepesi Yerleşimi Angıtlı Göl Yerleşim Yeri Kemer Köyü Höyüğü Karapınar Höyüğü Kurudere Yamaç Yerleşimi Kocabel Tümülüsü Günesen Höyüğü Ala Tarla Mevkii Yerleşimi Anıt Yapıları Yeşilkent Lise Binası PINARBAŞI - Hitit Barajı - Aşağı Borandere Tümülüsü

• İkiz Çeşmeerkiletli Mehmet Paşa Camii • Gevher Nesibe (Çifte) Medresesi • Saat Kulesi ve Muvakkithane • Mahpeyker Hatice Hatun Camii • Kale Kalıntısı • Bina Kalıntısı • Beşparmak Türbesi • Hacı Çavlı Kümbeti • Şeyh Seyfullah Türbesi • İkiz Kümbetler I • İkiz Kümbetler II • Sivas Caddesi Çeşmesi • Mıhlım Çeşme (Seyfullah Çeşmesi) II • Fevzioglu Konağı • Hoca Hasan Medresesi AKKIŞLA • Tabal Harabeleri • Uğurlu Kale ve Nekropol Alanı • Avanoğlu Tepesi Tümülüsü • Okul Binası • Mescit • Merkez Camii Sit Alanları Taşgöl Höyüğü Demirci Bağları Kaya Yerleşimi Demirci Bağları Tümülüsü Karabayır Tümülüsü Düz Yerleşim Çınar Ağacı Kaya Yerleşimleri Çift Göz Kaplıca Tümülüsü Hörin Höyük ve Kaya Yerleşimleri Dadağı Höyük Köprü Sekisi Mevkii Höyüğü Saraycık Höyük Emmiler Tümülüsü Alev Kışla Mezarlığı Dölek Tümülüsü Anıt Yapılar Şeker Höyük Gümüşlüce Tümülüsü Bayramhacı Nekropol Alanı Çayırbağı Tümülüsü Tombakkaya Tümülüsü Elmalı Köyü Yamaç Yerleşimi Höbek Höyüğü Höbek Yer Altı Şehri Kaş Köyü Nekropol Alanı	• İsa Kümbet Camii • Lale (Lala Muslihiddin) Camii • Hunat Camii • Han Camii • Ulu Camii • Ulu Camii Çeşmesi • Yanartaş Rum Kilisesi • Ahi Evran Tekkesi • Surp İstebanos Kilisesi • Ermeni Kilisesi(Astvatadzin) • Kansurp Lusavariç Kilisesi • Emirsultan Mescidi/Türbesi • Hava Şehitliği • Alaca Kümbet • Seyyid Burhaneddin Türbesi • Döner (Şah Cihan Hatun) Kümbet • Seyyid Burhanettin Mezarlığı • Zeynel Abidin Türbesi • Tacettin Türbesi • Mahperi (Huand) Hatun Türbesi • Han Kümbeti • Çifte (Melike Adile) Kümbet • Roma Mezarı • Şeyh Tennuri Kümbeti • Lala Paşa Kümbeti • Emir Şahap Türbesi • Dört Ayak Türbe • Suya Kanmış Hatun Türbesi • Emir Erdoğan Türbesi • Emir Ali Türbesi • Haydar Bey (Kutluğ Hatun) Türbesi • Sırçalı Kümbet • Mehmet Zengi Türbesi • Ali Cafer Kümbeti • Köşk (Sülü Paşa) Kümbeti • Şeyh İbrahim Tennuri Çeşmesi • Şeyh Müeyyed Çeşmesi • Maraş Şosesi Köprüsü • Kışıkapı Lise Çeşmesi • Büyük Çeşme • Göllü Çeşme • Lala Camii Çeşmesi • Gavremoğlu Çeşmesi • Tomsu Meydan Çeşmesi ve Sarnıcı • Orta Mahalle Çeşmesi • Yukarı Mahalle Camii Çeşmesi • Köprü • Çifteönü Çeşmesi • Matara Çeşmesi • Kayseri Kalesi • Aşağı Seten	• Roma Yolu Köprüsü ve Mil Taşı • Zamantı (Kuş) Kalesi • Konak • Yeni Hamam • Panlı Anıt Mezar • Melikgazi Türbesi ve Mescit • Seyit Halil Türbesi • Sancaktar Türbesi • Yeni Camii • Kilise • Mehmet Ali Bey Camii • Reşit Akif Paşa Külliyesi • Han Köyü Kilise Kalıntısı • Süleyman Şah (Garip) Türbesi • Kale Kalıntısı (Şerefîye Köyü) Sit Alanları Zamantı Irmağı Kaynağı Karabayır, Taşlıburun, Düşüntü Tepesi Tümülüsleri İspıtın Yeraltı Şehri Kızılhan Tümülüsü Hilkemiği Tepesi Tümülüsü Kumluburun Tepesi Tümülüsü Sarıkaya Tepesi Tümülüsleri Çerkez Karaboğaz Tümülüsü Pazarsu Köyü Tümülüsü Beserek Höyüğü Uzunpınar Höyüğü Bahçecik Mezarlığı Pınarbaşı Mezarlık Anıt Yapılar Pazarören Köy Enstitüsü Yağan Konut Burhan Polat Evi Tolgar Evi Kaynar Köy Okulu Pınarbaşı Eski Hamam Uzunyol Camii Pınarbaşı Meslek Lisesi HACILAR • Lifos Dağı Kalıntıları • Erciyes Dağı İNCESU • Eski Köy İnler • Küllü Kaya Yerleşimi • İncesu Höyük • Karamustafa Paşa Camii • Karamustafa Paşa Medresesi • Karamustafa Paşa Hamamı • Karamustafa Arastası • Karamustafa Paşa Kervansarayı
---	--	--

Taşhan Kaya Mezarı Karapınar Yamaç Yerleşimi Akçakale Başı Tümülüsü Bezirhane Baldeken Türbe Hasbekitçi Camii ve Çeşmesi Sümerbank Lojmanları Tip I Sümerbank Lojmanları Tip II Sümerbank Lojmanları Tip III Dış Usta Evleri Sümerbank Lojmanları Tip IV Vazif Evleri T.C. Demiryolları Lojmanları Ambar Binası Revizörlük Lojman Binası 1 ve Su Deposu Lojman Binası 2 ve Su Deposu Lokomotif Bakım Atölyesi Belediye Hükümet Konağı General Emir İlköğretim Okulu Şadırvan Barsama Hanı Tekgöz Kaplıcası Himmetdede Eski Köy Camii Bayram Hacı Köyü Camii İstasyon Binası Sarımsaklı İstasyon Binası Kadı Çeşmesi Güneşli Aşağı Camii ve Çeşmesi Arabidin Mescidi Hasbülbul Sokağı Çeşmesi Mıhlım Çeşmesi Taşhan Köyü Bezirhane Güneşli Kilisesi Yazır Mahalle Camii Tuğla Fabrikası ve Bacası Paşa Pınarı Çeşmesi Molu Köyü Büyük Camii Molu Köyü Eski Hamamı Sahibiye Medresesi Yanında Yer Alan Bina Gömeç İstasyon Binası Yemliha Camii Kebir Taşhan Büyük Camii ve Çeşmesi Taşhan Küçük Camii ve Çeşmesi Höbek Taş Köprü BÜNYAN • Ulu Camii (Camii Kebir) • Karatay Kervansarayı • Sultan Hanı • Seyit Halil Türbesi • Avlu Kapısı • Ateş Sunağı	• Yukarı Seten • Güllük (Kölük) Camii Çeşmesi • Sur Kalıntısı • Kayapulu Mezarlığı • Fatih Sultan Mehmet ve Mimar Kocasinan Mezarlıkları • Sultan Hamamı • Hatuniye Medresesi (Demir Han) • Yapı Kalıntıları • Hunat Hamamı • Atatürk Evi (Raşit Ağa Konağı) • Tontar Kilise Kalıntısı • Babükbey Binaları • Seracettin (Küçük Hunat) Medresesi • Kapalı Çarşı • Vezir Hanı • İç Bedesten • Pamuk Hanı • Raşit Efendi Kütüphanesi • Kadı Hamamı • Güllük Hamamı • Köşk Medresesi • Hatiroğlu (Katiroğlu) Camii • Setenönü Hamamı • Güpgüpoğlu Evi • Cıncıklı Camii • Kayseri Lisesi • Merkez Camii ve Çeşmesi • Bezir Seteni • Jandarma Komutanlığı Binası • Darsiyah Kilisesi • Kilise • Kilise I (Rum Kilisesi) • Kilise II (Ermeni Kilisesi) • Güvercinlikler • Hitit Kaya Yazıtı • Kilise Çan Kulesi • Kaya Oygı Mezarlar • Kızıl Köşk • Alaüddinle Camii • Müteveli Camii • Ali Daniş Camii • Kuzey Mezarlığı • Meydan Çeşmesi • Yazıcı Çeşme • Büyük Bürüngüz Müteveli Çeşmesi • Mimar Mehmet Ağa Çeşmesi • Tavukçu Mahallesi Konakları • Taşçıoğlu Evi • Çalika Konağı • Akşehirli Evi • Yoğunburç	• Anıt Mezar • Şeyh Turasan Zaviyesi • Namazgah • Kilise • Kilise Sit Alanları Bahçesaray Kaya Mezarları Yapı Kalıntısı Kumluktepe Tümülüsü Sit Alanı Aksu Bağları Mevkii İncesu Mezarlığı Kenter Höyüğü Karahöyük Şeyhşaban Köyü Yamaç Yerleşimi Garipçe Kaya Mezarları Bayırbağ Höyüğü Anıt Yapılar Saraycık Nekropolü Bulgurcu Camii Yeni Camii Çeşmesi 8 Tarihi Konut Yeni Camii Şeyh Şaban Türbesi Emir Çoban Türbesi Omuzu Güçlü Türbesi Gar Binası Lojman Binası Su Deposu TOMARZA • İmamkulu Kaya Kabartması • Emiruşağı Kalesi ve Yer Altı Şehri • Müftülük Binası ve Devir Odası • Dadaloğlu Yer Altı Şehri • Ermeni Kilisesi • Tomarza Merkez Camii • Manastır Kalıntısı • Kömür Köyü Lahitleri Sit Alanları Dadaloğlu Mezarlığı Dadaloğlu Yeraltı Şehri Kırkorun Tepesi Tomarza Yer Altı Şehri Anıt Yapıları Su Yolu Hacı Serbest Evi YEŞİLHİSAR • Soğanlı Siti • Sultan Sazlığı Doğal Sit Alanı • Kestel Kaya Kilise ve Mağaralar • Kırkmerdiven Yeraltı Şehri ve Kaya Mezarları • Büyükkale/Küçükkale
---	---	--

Sit Alanları Hazerşah Çoban Höyük Karacaören Höyük Elbaşı Mezarlık Karadayı Mezarlık Koyunabdal Mezarlık Göztepe Höyüğü Lalebeli Höyüğü Sultanhanı Höyüğü Topsöğüt (Tacin) Höyüğü Yünören Köyü Mezarlığı Gergeme Mezarlığı Bünyan Mezarlığı Yeraltı Şehri Musaseyh Köyü Höyüğü Anıt Yapılar Abdurrahman Gazi Türbesi Tuzhisar Eski Camii Karacaören (Agios Georgios Rum Kilisesi) Camii Eski Hamam Elbaşı Mektebi DEVELİ • Fraktin Kaya Kabartması • Bileç Höyük • Öküz Öldüren Höyüğü • İkiz Tepe Höyük (Büyük Tepe) • Deliklikaya Kalesi • Comaklı Yer Altı Şehri • Ağzıgüzeller Kaya Mezarları • Kale, Yer Altı Şehri Nekropol Alanı • Fraktin Höyük • Bakırdağ (Taşçı) Hitit Kaya Kabartması I • Bakırdağ (Taşçı) Hitit Kaya Kabartması II • Sarıca Höyük • Çifte Mağara Kaya Mezarları • Dökmetepe Tümülüsleri • Nekropol Alanı • Kulpak-İnnikaya Kaya Yerleşmesi • Ahmet Çetin Evi • Hamidiye Medresesi • Ulu (Sivasi Hatun) Camii • Gereme Harabeleri • Hamam • Seyyid Şerif Türbesi • Hızır İlyas Türbesi • Dev Ali Türbesi • Develi Kalesi • Şeyh İbrahim Tekkesi • Askerlik Şube Binası	• Ok Burcu • Melik Mehmet Gazi Türbesi Sit Alanları Adatepe Tümülüsü Roma Mezarları Kuzey Mahalle Mezarlığı Sığıryatağı Mevkii Kaya Yerleşimi ve Mezarları Gölgebağı Mevkii Kaya Yerleşimi ve Mezarları Yeraltı Sığınağı Ağırnas Akbin Deresi Kaya Yerleşim Anıt Yapılar Ali Hoca Cami Bina Kalıntısı Subaşı Köyü İlkokulu Bozatlı Paşa Camii Surdaki Roma Mezarı Çifteönü Camii Çukurlu Camii ve Çeşmesi Gubaroglu Camii Bezirhanoğlu Çeşmesi Kara İmam Mescidi Keklikoğlu Mescidi Müftü Camii ve Çeşmesi Peynirli Camii Siviş Mescidi ve Çeşmesi Tasma Kıran Mescidi ve Çeşmesi Tepecik Mescidi Asmalı Mescid Efendi Ağa Mescidi Göllü Camii Hacı Kasım Camii ve Çeşmesi Hacı Veled Camii Hakırdaklı Camii Tutak Mahallesi Çeşmesi Hasınlı Camii ve Çeşmesi Seyitgazi Camii ve Çeşmesi Jandarma Kışla Binası Karacaoğlu Camii ve Çeşmesi (Köy Yıkan Camii) Cürcürük Mescidi Seyyid Burhanettin Namazgahı Çakalız (Oduncu) Camii ve Çeşmesi Saçanoğlu Hasan Camii Matra Sokağı Çeşmesi Karakürkçü Camii Papazın Evi 15 Tarihi Konut Kalemkırdı Camii Kurdoğlu Konağı Tontar Roma Mezarları İbrahim Sinancı Hz. (Koyun Baba) Türbesi İsa Kümbet Camii Cürcürük Çeşmesi Ayakcaklı Camii	Yerleşimleri Mezarlık ve Tümülüsler • Erdemli Siti • Kireçli, Mislihan, Karaağaçlı, Atlı Kilise, Geyikli Kiliseleri • Ulu Camii • Yeşilhisar İstasyon Binası • Hamam • Köşk Tekkesi Sit Alanları Araplı Höyük-Kışla Tepesi Siti Kaya Kiliseleri Kesteliç Höyüğü Kaya Yerleşimi Eğriköy (Yeşilova) Höyüğü Avla Kanyonunu Gülbayır-Kesteliç Eski Köy Yerleşimi İdiris Camii Köşk Tekkesi Eski Camii Kireçli Kilise Yeşilhisar Kısım 261 şefliği Binası Peri Bacası Başköy Meryem Ana Manastırı Atlı Kilise Geyikli Kilise Karaağaçlı Kilisesi Mislihan 1 Mislihan 2 Güzelöz Köyü Camii Keşlik Köyü Camii Başköy Camii (Kilise) Keşlik Köyü Yukarı Mahalle Çeşmesi Keşlik Köyü Çeşme Başköy Mektebi Hamza Paşa Camii İki Kuyu Nekropolü Karaönür Kaya Yerleşimi Gar ÖZVATAN • Kilise Çan Kulesi • Kavaklı (Aziz Basileos Kilisesi) Camii • Taşlık (Agios Georgios Kilisesi) Camii Sit Alanları Bozyer Höyük TALAS • Yedi Çakıl ve Tek Çakıl Tümülüsü • Talas Yeraltı Şehri • Zincidere Yer Altı Şehri • Derevenk Kaya Yerleşimleri
--	--	---

• Fatih Camii • Hamam Kalıntısı • Bina Kalıntısı • Çanlı Kilise • Everek Cami-i Kebir • Dedeman (Çay) Camii Sit Alanları Bakırdağ Höyüğü Şihli Cami ve Hazinesi İnler Nekropolü ve Kaya Yerleşimi Örentepe Fatih Mezarlığı Epçe Mezarlığı Ulu Camii Hazinesi Tirem Mezarlığı Ağalar Mezarlığı Uzunlu Mezarlığı (Yedek Mahalle) Abit Tekkesi Mezarlığı Aşağı Everek Mezarlığı Yedi İnler Nekropol Alanı Hoşca Köyü Kaya Oda Mezarı Hoşca Hacı Kaya Mezarı Ayvazhacı Kaya Mezarları Dikilitaş Nekropol Alanı Zile Mezarlığı Zile Tümülüsü Nekropol Alanı Yerleşim Alanı Yaylacık Nekropol Alanı Anıt Yapılar Arslanlı Ev Çetin Sarıoğlu Evi Ömer Sayrav Evi Seyit-İbrahim Kaman Evi Ahmet Özdil Evi Varktis Yalçın Evi Makbule Gürbüz Evi Kaya Kilisesi Epçe Köyü Türbesi Kasap Seyit Çeşmesi Yedek Mahallesi Çeşmesi Güney Mahallesi Çeşmesi Kızık Köyü Mezarlığı ve Abdülilyas Türbesi Meteris Camii Tirem Camii Yedek Camii Zile Kasabası Hocalar Camii ve Çeşmesi Efendi Ağa Camii ve Çeşmesi Hanönü Camii Kızık Roma Havuzu Zile Ulu Camii Şeyh Seyyid Şerif Türbesi Çeşmesi Yeni Pınar Çeşmesi	Yeni Camii ve Çeşmesi Kaptan Paşa (Hacı Mehmet) Çeşmesi Osman Çayır'ın Onardığı Çeşme Deliktaş Camii Otmanoğlu Camii H. Mehmet Türkaslan Evi Hamdi Özkara Evi Subaşı Mahallesi Meydan Çeşmesi Şubası Mah. Mimar Mehmet Ağa Çeşmesi Kaya Bağ İlköğretim Okulu Tavlusun Köprüler Korumaz Dağı Tümülüsü Ağırnas Bezir Seteni Güpgüpoğlu Çeşmesi Tavlusun Mezarlık Gürpınar Kaya Oyması SARIOĞLAN • Tuzla Gölü • Düzcik Tümülüsleri • Kurucaova Tümülüsü • Alemdar (Kalender) Tepe Tümülüsü • Beştepeler Tümülüsü • Sultansekisi Tümülüsü • Yassıdağ Höyüğü • Uzun kaya Höyüğü • Köy Odası • İstasyon Binası • Şahruh Köprüsü • Ulu Camii Sit Alanları Çardakın Höyüğü Güzelyazı Tümülüsü Derviştepe Tümülüsü İt Kalesi Tümülüsü Döllük Mevkii Tümülüsü Tatılı Tümülüsü Üçtepeler Tümülüsleri Kaletepe Tümülüsü Yıldırım Tümülüsü Yıldırım Nekropolü Yıldırım Köyü Yerleşimi Anıt Yapılar Seyit Halil Kerametdin Türbesi Palas Ulu Camii Çiftlik Kasabası Ulu Camii Güzelyazı Camii FELAHİYE • Kale Höyük • Safrantı Kalesi ve Sarnıç • Kızıl Tümülüs • Ortahöyük Tepesi Tümülüsü • Darılı Tümülüsleri • Roma Mezarı • Dört Pencere • Sıtma Pınar Antik Çeşme	• Esmâ Hatun Türbesi • Eski Rüştîye Mektebi • Eski Polis Koleji ve Hamamı • Atatürk Köşkü • İspile (Başakpınar) Hanı • Ali Saib Paşa Hamamı • Kuruköprü Su Kemerli • Çeşme • Kilise • Surp Toros Kilisesi • Zincidere Protestan Okulu • Yeni (Yaman Dede) Camii • Yukarı Mahalle Direkli Camii • Aşağı Mahalle Camii • Seyit Hamit Camii • Han Camii • Harman Camii ve Çeşmesi • Ali Saib Paşa Camii ve Çeşmesi • Amerikan Koleji I • Amerikan Koleji II • Eski Askerlik Şubesi • Çarşı • Salih Ağa Çeşmesi • Müze/Kilise Sit Alanları Toprak Tepe Höyüğü Yapı Kalıntıları Cemil Baba Mezarlığı Güvercinlikler Mışkır Kalesi Anıt Yapıları Reşadiye Camii Tol Kilise Mikdat Dede Türbesi Kürtüncü Zade Konoğı (Yaman Dede) Okutan Konağı Behçet Bey Konağı 6 Tarihi Konut Çeşme Konut (Eryılmazlar Evi) Ali Saib Paşa Camii Girişi Ali Saib Paşa Camii Çeşmesi Çeşme Orta Kavak Yeraltı Şehri Karaağaç Yeraltı Şehri ve Yerleşimi Pan Agia Kilise Reşadiye Yeraltı Şehri Furkan Doğan Mezarlığı Derevenk Vadisi Reşadiye Eski Değirmen
---	--	---

Develi Lisesi	Yapısı • Kilise • Beyler Camii • Horzaniş Kalesi Sit Alanları Başköy Tümülüsü Anıt Yapılar Kale Camii Konuk Evleri Kuyucakönü Höyüğü	
---------------	---	--

Kaynak: Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2009; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).



EK 7. KAYSERİ İLİNDE DÜZENLENEN ÖNEMLİ ETKİNLİKLER

Etkinliğin Adı	Etkinliğin Niteliği	Etkinliğin Yapıldığı Yer	Etkinliğin Yapıldığı Zaman
Erciyes Kış Turizm Festivali	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri/Erciyes Dağı	Mart veya Nisan
Kayseri Gastronomi ve Manti Festivali	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Mart
Gastronomi Turizmi Çalıştayı	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	Kasım
Kayseri Sağlık Turizmi Çalıştayı	Ulusal	Kayseri	Haziran
Manti, Sucuk ve Pastırma Kültür Festivali	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	Eylül veya Ekim
Milyonfest Kayseri Müzik Festivali	Ulusal	Kayseri	Nisan
Kayseri Kitap Fuarı	Ulusal	Kayseri	Ekim
Yöresel Ürünler Fuarı	Ulusal	Kayseri	-
Kayseri Mobilya Fuarı	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	Ekim
Kayseri Tarım, Hayvancılık ve Gıda Fuarı	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	Mart
Festivöl Kayseri	Uluslararası veya Ulusal	Kayseri	-
Uluslararası Kayseri Altınçınar Film Festivali	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	-
Erciyes Film Festivali	Ulusal	Kayseri	Ekim
Festa 2200 Bisiklet Festivali	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri	Temmuz
Kayseri Erciyes Motosiklet Festivali	Ulusal	Kayseri/Erciyes Dağı	Ağustos ve Eylül
Uluslararası Engelsiz Erciyes Günleri	Uluslararası	Kayseri/Erciyes Dağı	Mart
Yamaç Paraşütü ve Yelken Şenlikleri	Ulusal	Kayseri/Talas	Temmuz
Bağbozumu Festivali	Ulusal	Kayseri/Kocasinan	Eylül
Dadaloğlu Kültür ve Sanat Şenlikleri	Uluslararası ve Ulusal	Kayseri/Tomarza	Ağustos veya Eylül
Güreş ve Halk Konseri Şenlikleri	Ulusal	Kayseri/Özvatan	Ağustos
Aşık Seyrani Kültür ve Sanat Festivali	Uluslararası	Kayseri/Develi	Temmuz veya Ağustos
Sıtmapınar Şenliği	Ulusal	Kayseri/Felahiye	Ağustos
İbrahim Tennuri Hz. Anma Programı	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Haziran
Mimar Sinan'ı ve Evliyaları Anma Günü	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Haziran
Gesi Ceviz ve Gilaboru Şenliği	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Ekim
Uçurtma ve Bahar Şenliği	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Mayıs
Kültür ve Kayısı Festivali	Ulusal	Kayseri/Yeşilhisar	Temmuz
Yeni Yoğurt Bayramı ve Kilim Festivali	Ulusal	Kayseri/Akkışla	Haziran
Yamula Patlıcan Festivali	Ulusal	Kayseri/Kocasinan	Ağustos veya Eylül
Ağırnas Kültür ve Turizm Festivali	Ulusal	Kayseri/Melikgazi	Nisan
İncili Çavuş Kültür ve Sanat Şenlikleri	Ulusal	Kayseri/Tomarza	Ekim
Sarız Kilim Festivali	Ulusal	Kayseri/Sarız	Temmuz
Ahilik Kültür Haftası	Ulusal	Kayseri	Ekim

Atlı Yayla Şenliği	Ulusal	Kayseri/Hacılar	Temmuz
Erciyes Kar Şenliği	Ulusal	Kayseri/Erciyes Dağı	Ocak ve Şubat
İncesu Kültür, Turizm ve Üzüm Festivali	Ulusal	Kayseri/İncesu	Eylül
Seyyid Burhaneddin Hz. Anma Günü	Ulusal	Kayseri	Mart
Kültür ve Sanat Haftası	Ulusal	Kayseri	Nisan
Çilek ve Kiraz Festivali	Ulusal	Kayseri/Yahyalı	Haziran
Atatürk'ün Kayseri'ye Gelişi	Ulusal	Kayseri	Aralık
Hasancı Pilav Şenliği	Ulusal	Kayseri/Kocasinan	Temmuz
Bünyan Kış Yüzme Şenliği	Ulusal	Kayseri/Bünyan	Ocak
Ebiç Buğday ve Su Festivali	Ulusal	Kayseri/Kocasinan	Ağustos veya Temmuz
Yahyalı Kültür Turizm ve Elma Festivali	Ulusal	Kayseri/Yahyalı	Eylül
Sarıoğlu İlçesi 16 Mayıs Ulusal ve Kültürel Etkinlikleri Festivali	Ulusal	Kayseri/Sarıoğlu	Temmuz
Geleneksel Kültür, Turizm ve Bal Festivali	Ulusal	Kayseri/Özvatan	Ağustos
Uzunyayla İnlören Festivali	Ulusal	Kayseri/Pınarbaşı	Ağustos

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri Valiliği, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020).

EK 8. KAYSERİ İLİNDE BULUNAN BAZI SPOR, KONGRE VE FUAR TURİZMİ DESTİNASYONLARI

Otel ve Özel İşletmelerin Etkinlik Salonları: Kayseri’de birçok otel ve özel işletme bulunmaktadır. Bu otellerin ve özel işletmelerin kongre, konferans, seminer, toplantı vb. birçok organizasyon için etkinlik salonları bulunmaktadır. Bu salonlar da ulusal veya uluslararası birçok etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır.

Kayseri İl Kültür ve Turizm Kültür Merkezi: Kültür Merkezi toplam 6.500,00 m² kapalı kullanım alanına sahiptir. Bina iki bölümden A, B ve C bloklarından oluşmaktadır. A blok iki bodrum kat, zemin ve birinci kat, B ve C blokları ise bodrum kat, zemin ve birinci kat olarak düzenlenmiştir. C blok 1. katta idari bürolar, zemin katta ana giriş fuayesi, 2 adet kurs odası, kafeterya ve danışma bölümü, bodrum katta sergi salonu ve fuayesi ile fotoğraf atölyesi bulunmaktadır. A ve B blok bodrum katta 226 kişilik çok amaçlı salon ile binanın mekanik, elektrik, ısıtma vb. sistemlerinin bulunduğu bölümler mevcuttur. A ve B blok 1. bodrum katta müzik çalışma odası, bale salonu, sanatçı soyunma odaları ve çok amaçlı salonun kumanda odaları bulunmaktadır. A ve B blok zemin katta 536 kişilik tiyatro salonu ve fuaye alanı, soyunma odaları ile tiyatro salonu ile ilgili diğer bölümler vardır. A ve B blok 1. katta tiyatro salonunun balkon kısmı ve fuaye alanı ile diğer bölümünde misafir dinlenme odaları ve çalışma salonu bulunmaktadır. Kültür Merkezinde 2017 yılında 231 etkinlik düzenlenmiş ve 65.035 ziyaretçi etkinliğe katılmıştır. 2018 yılında ise 175 etkinlik düzenlenmiş ve 54.542 ziyaretçi etkinliğe katılmıştır.

Kayseri İl Özel İdaresi Tiyatro ve Konferans Salonu: 505 kişilik kapasiteye sahip olan salonda ses ve ışık kumanda sistemi ve projeksiyon cihazı vb. araçlar bulunmaktadır. Salon birçok tiyatro, konser, toplantı, konferans vb. etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır.

Tüyap Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi: Tüyap Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi tamamen klimatize edilmiş 17.875 m² kapasiteli 2 teşhir salonu, toplam 1.615 m²’lik 2 fuaye alanı, 10.860 m² 1 hol ve 5.400 m² idare ve sosyal alan bulunan ve 2.000 araçlık otopark, toplantı, seminer ve özel görüşmeler için klimatize edilmiş, ihtiyaca göre özel olarak döşenmiş ve akustik uygulamalara elverişli 3 adet her biri 120 kişilik toplantı salonu ve 630 m² kokteyl ve sergi salonu, basın, VIP ve yönetim odaları, kafeterya/restoran, helikopter pisti, yüksek hızlı kablosuz internet bağlantısı, telefon, faks hizmeti, İngilizce ve Türkçe sekreterlik hizmetleri, turizm ve seyahat danışma hizmeti, özel güvenlik ve kontrol sistemi, çeşitli noktalardan fuar alanına düzenli ücretsiz ulaşım imkanı, hosteslik hizmetleri, ilk yardım hizmeti, temizlik hizmetleri, taksit hizmeti, kurye hizmeti, fotoğraf, video hizmeti ve her türlü teknik alt yapıya sahip uluslararası nitelikteki etkinlik merkezidir.

Kadir Has Kongre ve Spor Merkezi: Kadir Has Kongre ve Spor Merkezi 20.000 m² toplam alan üzerine kurulu, 7.200 kişi kapasiteli, Türkiye’nin ikinci büyük kongre salonuna sahip ve her türlü salon sporunun yapılabildiği bir merkezdir. Zemin katta çok amaçlı spor sahası, aerobik, güreş, judo, squash, masa tenisi gibi sporların yapılabileceği 10 adet salon, kafeterya, idari ofisler, sporcu soyunma, ısınma ve hakem odaları, duşlar ve wc’ler bulunmaktadır. Birinci katta 1 tane 200, 1 tane de 300 kişilik olmak üzere toplamda 2 adet konferans salonu ve kafeterya bulunmaktadır. Bu salonlarda konserler, kongreler, bilimsel toplantılar, sergiler vb. sosyal ve kültürel aktiviteler gerçekleştirilmektedir. İkinci katta çelik taşıyıcı balkon ve büfeler yer almaktadır. Üçüncü katta ise basın ve VIP odaları bulunmaktadır. Boks, Güreş, Aerobik, Masa tenisi, Judo, Tekvando ve Jimnastik salonları mevcuttur. 2010 FIBA Dünya Basketbol Şampiyonası’nın A grubu elemelerine ev sahipliği yapan merkez imajını daha da geliştirmiştir.

Erciyes Üniversitesi Sabancı Kültür Merkezi: Merkezde Erciyes Üniversitesinde düzenlenen konferans, panel, sempozyum, kongre, tiyatro, ve konserler yapılmaktadır. Bu tür faaliyetlerin doğru bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli profesyonel ses ve ışık düzeni, çift projeksiyon cihazı ve perdesi, 2 adet sahne perdesi, DVD oynatıcı, VHS Kaset Çalar mevcut olup, salonda toplam 424 kişilik koltuk kapasitesi vardır. Üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi ile Güzel Sanatlar Bölümü’nde çalışmalarını sürdüren öğretim elemanı ve öğrencilerin eserleri ile üniversite dışından gelen sanatçıların çalışmaları da sergilenmektedir. Bütün bir yıl boyunca sanat çalışmalarına ev sahipliği yapan salon 450 metrekare alana sahiptir. Ayrıca merkezde kafeterya da bulunmaktadır.

15 Temmuz Kongre ve Kültür Merkezi: 15 Temmuz Kongre ve Kültür Merkezi toplam 2.920 m² alandan ve 3 kattan oluşmaktadır. İçerisinde kongre merkezi, küçük ebatlarda iki adet salon ve fuaye alanı bulunmaktadır. Üniversitede düzenlenen faaliyetler kapsamında konferans, panel, sempozyum, kongre, tiyatro, ve konserler yapılmaktadır. Bu tür faaliyetlerin doğru bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli profesyonel ses ve ışık düzeni, üç projeksiyon cihazı ve perdesi, 2 adet sahne perdesi, Bluray DVD oynatıcısı mevcut olmak üzere, salon toplam 810 kişilik koltuk kapasitesine sahiptir. Küçük

salonlarda ise gerekli ses sistemi, projeksiyon cihazı ve perdesi mevcut olmak üzere, salonların her biri 100 kişilik koltuk kapasitesine sahiptir.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Fuar ve Sağlıklı Yaşam Merkezi: Fuar Sağlıklı Yaşam Merkezi 1300 m²'lik kullanım alanına sahiptir ve tesis içerisinde erkek yaşam boyu spor alanı, erkek fitness alanı, kadın yaşam boyu spor alanı, saunalar, buhar odaları ve diyetisyen odası bulunmaktadır. 1000 araçlık otopark kapasitesine sahip olan tesis bölgenin en büyük ve en modern tesisleri arasındadır. Aynı anda farklı salonlarda toplam 90 üyenin hizmet alabildiği tesis aylık 1560 üye kapasitesine sahiptir. Kadın ve erkek üyelerin farklı salonlarda hizmet alabildiği tesis geniş fuaye alanları, iklimlendirme sistemi, dijital ısı ve nem kontrol üniteleri, modern spor ekipmanları, üyelerine hijyenik alanlar sunmasının yanı sıra tecrübeli ve uzman eğitmen kadrosu sayesinde üyeler tarafından yoğun ilgi görmektedir. Spor Tesisleri Yeterlilik Belgesine sahip olan merkez organize edilecek etkinlikler için büyük önem taşımaktadır.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sanat Merkezi: 1200 kişi kapasiteli Kültür ve Sanat Merkezinde 4 Adet simültane odası, 6 adet kulis, 25 kişilik VIP toplantı odası, 2 adet ön hazırlık alanı, 1200 kişiye hizmet verebilen fuaye alanı, ses kontrol ünitesi ve iklimlendirme ünitesi bulunmaktadır. 1200 kişi oturma kapasitesi ile Türkiye'nin en büyük kongre salonları arasında olmakla birlikte, birçok organizasyona da ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca merkezin 1000 araçlık otoparkı bulunmaktadır.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatrosu: Modern bir yapıya sahip olan tiyatrodaki 544 koltuk kapasitesi ile şehrin sosyal ve kültürel hayatına önemli katkı sağlayan panel, konferans, tiyatro oyunları vb. çeşitli gösteriler düzenlemesi için uygun sahne yapısı ve yerleşik ses ve ışık düzeni bulunmaktadır. Tiyatro salonu akustik açıdan Türkiye'nin sayılı salonları arasında yer almaktadır. Son derece modern bir ses sistemine sahiptir, ancak akustik olma özelliği nedeniyle ses sistemi kullanılmaksızın her türlü gösteri, tiyatro ve kültürel etkinliğe uygundur. Ayrıca Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin 80 kişi kapasiteli konservatuvar seminer salonu, 100 kişi kapasiteli Hunat Kültür ve Sanat Merkezi ve içerisinde çeşitli etkinlikler düzenlenen Yoğunburç Kültür Sanat Evi bulunmaktadır.

Erciyes Üniversitesi'nin Fakültelerinde Bulunan Konferans Salonları: Rektörlük konferans salonu 148, tıp fakültesi Amfi salonu 444, iktisadi ve idari bilimler fakültesi konferans salonu 350, Nuri-Zekiye Has enstitüler binası konferans salonu 120, mühendislik fakültesi konferans salonu 228, turizm fakültesi konferans salonu 240, güzel sanatlar fakültesi konferans salonu 222, ilahiyat fakültesi konferans Salonu 150, iletişim fakültesi konferans salonu 250, fen fakültesi konferans salonu (dekanlık katı) 130, fen fakültesi konferans salonu (zemin kat) 250, eğitim fakültesi konferans salonu 256, diş hekimliği fakültesi konferans salonu 120, mimarlık fakültesi konferans salonu 295, eczacılık fakültesi konferans salonu 100, hukuk fakültesi konferans salonu 130, yabancı diller yüksekokulu konferans salonu 280, havacılık ve uzay bilimleri fakültesi konferans salonu ise 85 kişilik kapasiteye sahiptir.

Marianne Molu Amfisi: Erciyes Üniversitesi kampüsü içinde bulunan Amfide öğrenci bahar şenlikleri, yaz konserleri ve açık hava etkinlikleri düzenlenmektedir.

Kaynak: (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020; Kayseri İl Özel İdaresi, 2012; ORAN Kalkınma Ajansı, 2011; TÜYAP, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Erciyes Üniversitesi Kültür Merkezleri, 2020; Erciyes Üniversitesi, 2020)'den uyarlanmıştır.

EK 9. KAYSERİ İLİNİN EN ÖNEMLİ EĞLENCE MERKEZLERİ

Anadolu Harikalar Diyarı: Anadolu Harikalar Diyarı 2013 yılında Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından 800.000 metrekarelik alan üzerine kurulmuştur. Anadolu Harikalar Diyarı'nın içerisinde hayvanat bahçesi, buz pisti, su kaypark, çeşitli spor tesisleri ve göl bulunmaktadır. Kayseri Hayvanat Bahçesi 180 dönüm arazi üzerine kurulmuş, 161 ayrı türden 2.500'e yakın hayvana doğal yaşam iyileştirme merkezi olarak hizmet vermektedir. Buz pistinin pist alanı, 450 metreden oluşmakta ve acemiler için eğitmenler danışmanlığında hizmet verilebilmektedir. Su kaypark içerisinde 5 direk ve 560 metre halatlı parkurdan oluşan su kaydırağı bölümü bulunmakta ve ziyaretçiler, gerekli güvenlik önlemleri alarak su kaydırağı yapabilmektedir. Spor tesisleri içerisinde ise 3 futbol sahası, 9 tenis kortu, 3 basketbol sahası ve voleybol sahası bulunmaktadır. Göl içerisinde 65.000 tonluk su ve 22 türden, 185 su kuşu bulunmaktadır. Ayrıca Anadolu Harikalar Diyarı içerisinde gönüllü hayvan bakıcılığı, poni şenlikleri, atlı okçuluk ve down sendromlu çocuklar için buz pateni eğitimi gibi çeşitli etkinlikler de organize edilmektedir.

Mazakaland Eğlence Dünyası: Mazakaland Eğlence Dünyası Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin Harikalar Diyarı Projesinde 70 bin metre karelik alan üzerine kurulmuştur. Uygarlıklar temasıyla dört ana bölüm olarak dekore edilmiştir ve Anadolu uygarlığı bölümünde Anadolu'nun simgesi olan Truva atı ve Selçuklu mimari modelleri gibi temalar kullanılmış, Afrika uygarlığı bölümünde Afrika'nın kendine özgü renkli atmosferi temaya yansıtılmış, Uzakdoğu uygarlığı bölümünde Uzak doğunun mistik öğeleri kullanılmış ve Antik Roma uygarlığı bölümünde ise Roma'nın yeryüzünde iz bırakan eserleri tema edilerek dekore edilmiştir. Mazakaland Eğlence Dünyası'nın içerisinde go-kart, hızlı tren, discovery, erciyes, super jumper, gondol, materon, zincir, mega disco, crazy dance, kule, çarpışan araba, dönme dolap, ırmak, korku evi, top havuzu, XD sinema, atlı karınca, çarpışan bot, spin coaster, volare, dragon büyük şişme oyun, kanguru, akülü araba, neron mini kule, fun express (park içi tren turu), mini gondol, mini atlı karınca, trambolin, paintball ve çeşitli parti ve organizasyonlar düzenlenerek eğlence hizmeti verilmektedir. Ayrıca bu eğlence merkezi içerisinde yiyecek-içecek hizmeti de sağlanmaktadır.

Kaynak: (Anadolu Harikalar Diyarı, 2020; Mazakaland, 2020)'dan uyarlanmıştır.

EK 10. KAYSERİ İLİNDE BULUNAN ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

Kayseri Park Alışveriş ve Yaşam Merkezi: Kayseri Park, 64.000 metrekarelik toplam kapalı alan içerisinde 27.000 metrekare kiralananabilir alan ile tüm insanlara hitap edebilen ulusal ve uluslararası 130 mağaza ile hizmet vermektedir. Kayseri Park yaklaşık olarak 1000 kişiye istihdam sağlamakta ve aylık ortalama 650.000 ziyaretçi çekmektedir. Ayrıca Kayseri Park 2000 araç kapasiteli otoparkı ile ücretsiz olarak hizmet vermektedir. Diğer yandan Kayseri Park'ta, işletmeciliği Mars Group'a bağlı Cinemaximum Sinemaları hizmet vermektedir. 9 salon, 1340 koltuk kapasitesi ve tam donanımlı ileri teknolojiye sahip olan sinema vizyon filmlerini yüksek konforda sunmakta, özellikle hafta sonları önemli eğlence alternatifi olarak öne çıkmaktadır. Kayseri Park fast food katındaki iç oturma alanları ve terası ile uluslararası mutfaklardan seçilmiş lezzetler sunarak her gün yüzlerce kişiyi ağırlamaktadır.
Forum Kayseri Alışveriş Merkezi: Forum Kayseri Alışveriş Merkezi, 153.000 metrekare inşaat alanı, 65.000 metrekare kiralananabilir alan, 2.000 araç kapasiteli açık ve kapalı ücretsiz otopark ve 200'den fazla markaya sahip olmakla birlikte Orta Anadolu'nun en büyük alışveriş merkezi konumundadır. Forum Kayseri yaklaşık olarak 2 milyon kişiye hitap eden Kayseri'nin ilk yeşil alışveriş merkezidir ve şehirde BREEAM ile sertifikalanmış ilk yeşil binadır. Merkez, ziyaretçilerinin her türlü ihtiyacını karşılayabilmek için çeşitli hizmetler (bebek bakım odaları, çocuklu ailelere özel hizmetler, mescid, ATM, puset ve tekerlekli sandalye hizmeti, mama sandalyeleri, emanet, sağlık odası ve ücretsiz internet) vermektedir. Birçok ulusal ve uluslararası marka, 28 kafe, restoran ve uluslararası yemek zinciri bulunan bu merkezde 1000 kişilik geniş teraslı food court alanı, 9 sinema salonu, 8 bant bowling salonu ve çocuk oyun alanları ile insanların eğleneceği aktiviteler sunulmaktadır.
KUMSmall Factory: KUMSmall Factory, Avrupa ve Türkiye'nin en büyük karma projesi niteliğindedir. İçinde AVM, iş merkezi, otel ve eğlence merkezi vb. birçok seçenek bulunan KUMSmall Factory dünyanın ünlü yerli ve yabancı markalarını bir araya getirmekte ve yaklaşık 2 milyar ₺ yatırım maliyeti, 1.500.000 metrekare açık, 900.000 metrekare kapalı alana kurulan 302.000 metrekarelik satış alanında, 180.000 metrekarelik kiralananabilir alanıyla, 400 adet mağaza ve 6000 araçlık otoparkıyla hizmet vermektedir. Ayrıca KUMSmall Factory, modern mağazalarıyla moda tutkunlarına, restoran ve kafeleri ile lezzet düşkünlerine hitap etmektedir.
İpeksaray Alışveriş Merkezi: 38.000 metrekare kapalı alanda konumlanan İpeksaray Alışveriş Merkezi, modern, kaliteli ve güvenli eğlence, alışveriş ve çeşitli sosyal aktiviteler sunmaktadır. AVM içerisinde ulusal ve uluslararası 50 mağaza 10 stand, 4 eğitim kurumu, 3 banka bölge müdürlüğü bulunmaktadır. Ayrıca AVM, 700 metrekare Planet Yaşam-Spor Merkezi, 300 metrekare alana kurulu çocuk oyun alanları, 4 fast food, 2 kafe ve 1 servis restoran alanı ve çeşitli etkinlik organizasyonları ile eğlenceli vakit geçirilebilecek hizmetler sunmaktadır. Ayrıca bu merkez 8000 metrekare açık ve 4000 metrekare de kapalı otopark alanına sahiptir.
KAYSERmall Outlet: KAYSERmall Outlet, 40 bin metrekarelik inşaat alanı üzerinde, 16 bin metrekarelik kiralananabilir alanda, 90 mağazasıyla Kayseri'de alışveriş olanaklarını artıran ve Kayseri'ye dinamizm kazandıran, outlet avantajları, sosyal yaşam fırsatları ve renkli etkinlik programları ile hizmet vermektedir. Modern mimari konsepti ile çekiciliğini artıran AVM birçok ulusal ve uluslararası marka ve kafe/restoranların yanı sıra geniş sosyal yaşam alanları, teras alanları ile eğlenceli alışveriş deneyimi sunmaktadır. AVM 4 kattan oluşmakta, ayrıca açık ve kapalı otopark alanı bulunmaktadır.
Mix Kayseri Yaşam Merkezi: Mix Kayseri Yaşam Merkezi, 13.000 metrekarelik alanda 5 katlı bina içerisinde 8100 metrekare kiralananabilir alanı, 2 katlı kapalı ve açık otopark alanları, ulusal ve uluslararası markaları, yeşil alanları, kafe ve restoranları, sağlıklı yaşam, çocuk eğlence alanları ile spor ve eğlenceyi birleştiren modern bir merkezdir.
BYZ Outlet: BYZ Outlet, 15.058 metrekare kiralananabilir alanı ile iş, alışveriş ve eğlenceyi eksiksiz bir şekilde birleştirmektedir. Sosyal etkinlikler sunarak insanlara eğlenceli zaman geçirme fırsatı tanıyan AVM, 5 yıldızlı otelin konforu ile alışveriş merkezini entegre bir şekilde hizmete sunmaktadır. Birçok ulusal ve uluslararası markayı içeren mağazada süpermarket, elektronik market, sinema, kafe, diğer hizmetler ve otopark bulunmaktadır.
Meysu Outlet: Meysu Outlet, 24.692 metrekare kiralananabilir alana sahip olmanın yanı sıra çeşitli ulusal ve uluslararası markayı kapsamına almakta ve restoranları, çocuklar için çeşitli oyuncak ve giyim mağazaları ile hizmet vermektedir. Meysu Outlet çeşitli etkinliklere ev sahipliği yaparak insanların eğlenceli zaman geçirebilmesini sağlamaktadır.
Almer Alışveriş Merkezi: Almer Alışveriş Merkezi, 7500 metrekare alanı içerisinde kafe, açık ve kapalı restoran, çocuk eğlence merkezi, 40.000 ürün çeşidi ile gıda malzemeleri, manav, kasap, şarküteri, unlu mamulleri, giyim mağazaları, ayakkabı, çanta, bijuteri, ev aletleri, hediyelik eşya vb. alanlarda hizmet vermektedir. Ayrıca mağazanın ücretsiz otopark hizmeti de bulunmaktadır. Mağaza çeşitli etkinlikler organize etmekte ve birçok ziyaretçi çekmektedir.

Kaynak: (Kayseri Park, 2020; Forum Kayseri, 2020; KUMSmall Factory, 2020; İpeksaray AVM, 2020; KAYSERmall Outlet, 2020; Mix Kayseri, 2020; BYZ Outlet, 2020; Meysu Outlet, 2020; Almer AVM, 2020)'den uyarlanmıştır.

EK 11. KAYSERİ İLİNDEKİ DİNLENME ALANLARI

Kayseri Kent Orman: Bir milyon 100 bin metrekarelik alan üzerine oluşturulan orman barbekülü kamelyaları, yürüyüş yolları, spor sahaları, sosyal tesisleri, otoparkları ve restoranı ile dinlenmek, piknik ve seyir yapmak için güzel bir doğal alandır. Ayrıca buradan hem Erciyes'i hem de Hisarcık'ı fotoğraf çekebilme ve Kayseri'nin uzak plan görüntüsünü de görme fırsatı bulunmaktadır.
Beştepeler Mehmet Çalık Kültür Parkı: Açık hava tiyatrosu, gölet, hayvanat bahçesi, kaykay pisti ve gözetleme kulesi, yürüyüş parkurları, koşu parkı, piknik alanları ve kamelyaların bulunduğu yüksek konumuyla ve temiz havasıyla Kayseri manzarasını, seyir teraslarından Ali Dağı'nın arka kısmını ve Kıranardı'nı yüksekten fotoğraflama imkanı sunmaktadır.
Kadir Has Kültür Parkı ve Fuar Alanı: Fuar alanındaki 150 bin m ² alana sahip mesire yeri, içerisinde ziyaretçilerin hayranlıkla seyrettiği dev estetik şelale, 100 adet barbekülü kamelya, 2 çocuk oyun alanı, 2 basketbol sahası ve 300 araçlık otoparkı bulunmaktadır. Kadir Has Kültür Parkı günlük ortalama 50 bin kişi tarafından kişi tarafından ziyaret edilmektedir.
Mimar Sinan Parkı: Dünyanın ilk tıp merkezi olan Gevher Nesibe Tıp Müzesini içinde barındıran ve Osmanlı dönemi baş mimarlarından Mimar Sinan'dan adını alan Mimar Sinan Parkı 150.000 m ² alana sahip içinde 1000 kişilik oditoryum, büyük gezinti havuzu, trafik eğitim alanı, basketbol sahası ile şehrin merkezinde oluşturulmuş dinlenme alanlarındandır.
İnönü Parkları: Eski çevre yol üzerinde 230.000 m ² alan üzerinde 3 kısımdan oluşan görsel havuzlar, şelaleler, oyun alanları, yürüyüş ve koşu pistleri, basketbol, futbol sahaları, spor aletleri ile yoğun ilgi gösterilen dinlenme alanlarındandır.
Gültepe Parkı: Gültepe parkı fitness aletleri, çocuk oyun grupları, basketbol sahaları ve doğal alanları ile dinlenmek, spor yapmak, etkinlik düzenlemek ve piknik yapmak için önemli yeşil alanlardandır.
Ali Dağ Mesire Alanı: Ali Dağı mesire alanı Talas ve Kayseri'yi kuşbakışı görebilecek kamelyaların bulunduğu bir piknik ve mesire alanıdır. Mangal yapma, eğlenme, dinlenme ve manzara izleme imkanı ile boş zamanın değerlendirilebileceği doğal bir alandır.

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020; Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2020; Akbaş, 2006; Kayseri Online, 2020)'dan uyarlanmıştır.

EK 12. MÜLAKAT FORMU

	TURİZM ODAKLI BÖLGESEL KALKINMA: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ			
Sayın katılımcı; Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü kapsamında “Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma: Kayseri İli Örneği” başlıklı yüksek lisans tezi olarak yürütülmekte ve turizm sektörünün Kayseri ilinin kalkınmasına yönelik etkisini incelemek amacıyla yapılmaktadır. Çalışmanın başarılı olabilmesi açısından verilen cevapların doğruluk ve tutarlılığı oldukça önemlidir. Bu nedenle soruları dikkatli bir şekilde cevaplamanız gerekmektedir. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışma sadece akademik amaçlı kullanılacağı için vereceğiniz tüm bilgiler gizli tutulacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz. <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: top;"> Bilgehan Demirezen Yüksek Lisans Öğrencisi Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü </td> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: top;"> Prof. Dr. Ömer Şanlıoğlu Danışman Öğretim Üyesi Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi </td> </tr> </table>			Bilgehan Demirezen Yüksek Lisans Öğrencisi Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Prof. Dr. Ömer Şanlıoğlu Danışman Öğretim Üyesi Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Bilgehan Demirezen Yüksek Lisans Öğrencisi Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Prof. Dr. Ömer Şanlıoğlu Danışman Öğretim Üyesi Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi			

DEMOGRAFİK BİLGİLER		
1) Yaş:	2) Cinsiyet:	3) Eğitim durumu:
4) Meslek/Pozisyon:		5) Turizm sektöründe veya bulunduğunuz sektörde çalışma süreniz:
6) Kayseri ilinde çalışma süreniz:		

TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAYSERİ İLİNİN KALKINMASINA YÖNELİK ETKİSİNİ İNCELEYEN SORULAR
1) Turizm faaliyetlerinin Kayseri iline yönelik ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faydaları nelerdir? Anlatır mısınız?
2) Turizm endüstrisinin Kayseri ilinin gelişmesine katkısı var mı? Nasıl?
3) Turizm faaliyetleri Kayseri ilinin kalkınması için ne ölçüde faydalıdır?
4) Bölgedeki yerel halk ekonomik ve sosyal olarak turizmden nasıl yararlanıyor?
5) Sizce turizm sektörünün gelişimi ile Kayseri'nin bölgesel gelişimi arasındaki ilişki nedir?
6) Bölgenin kalkınmasında turizm faaliyetlerinin etkisinin yoksulluk ve gelir eşitsizliğini azalttığını düşünüyor musunuz?
7) Diğer bölgelerle karşılaştırıldığında turizm Kayseri bölgesinin gelişmesinde kolaylaştırıcı bir rol

oyynamakta mıdır?
8) Kayseri'deki turizm işletmelerinin bölgesel kalkınmadaki rolü nedir?
9) Turizm Kayseri bölgesinde istihdam olanaklarına katkıda bulunmakta mıdır?
10) Turizm Kayseri bölgesinde yerel halkın yaşam kalitesi ve yaşam standardına ne ölçüde katkıda bulunuyor?
11) Turizm Kayseri bölgesinde alt ve üstyapıyı ne ölçüde iyileştirmektedir?
12) Turizm yerel alanlarda geleneksel yaşamı nasıl etkiledi? Sizce turizm yerel halkın gelişimini destekliyor mu?
13) Turizm faaliyetlerinin Kayseri bölgesinde neden olduğu olumsuz etkiler nelerdir?
14) Yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmaları yeterli midir?
15) Turizmin Kayseri bölgesinde geliştirilmesi için neler yapılabilir?
16) Kayseri'de genel bir turizm geliştirme stratejisi ve planı var mı? Varsa uygulamada karşılaşılan sorunlar nelerdir?
17) Yerel yönetim, turizm endüstrisini Kayseri'nin ekonomik gelişiminde uzun vadeli bir ekonomik büyüme faktörü olarak nasıl değerlendiriyor?
18) Turizmdeki gelişmeler Kayseri bölgesi için ne anlama geliyor?
19) Turizm faaliyetlerinin yerel ekonomiye katkısını artırmak için neler yapılabilir?
20) Bölgedeki turizm yatırımı, tanıtım ve pazarlaması sizce yeterli düzeyde midir?

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı: Bilgehan DEMİREZEN

Doğum Tarihi ve Yeri: 21.08.1996, Kayseri

Email: bilgehan38900@gmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

Yüksek Lisans, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, 2020.

Lisans, Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 2018.

İŞ DENEYİMLERİ

21.05.2016-30.07.2016, InterContinental Hotel, İstanbul, Türkiye.

YABANCI DİL

İngilizce

YAYINLAR

Demirezen, B. (2020). “Agro Tourism in Turkey”. *International Journal of Health Management and Tourism*, 5 (1), 64-75.

Demirezen, B. (2019a). “Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması” *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi (International Journal of Global Tourism Research)*, 3 (1), 1-26.

Demirezen, B. (2019b). “Turizm İşletmelerinde Fiyatlandırma Stratejileri: Kriz Dönemlerinde Kayseri’deki Konaklama İşletmelerinin Fiyat Uygulamaları”. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 21-55.

Demirezen, B. (2018). “Tüm Yönleri ile Kırsal Turizm ve Kayseri İli Üzerine Bir Swot Analizi Çalışması”. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi (International Journal of Global Tourism Research)*, 2 (2), 79-101.