

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: MARDİN
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
AHMET BOZ

GAZİANTEP – 2016

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: MARDİN
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

AHMET BOZ

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. İBRAHİM SANİ MERT

GAZİANTEP – 2016

KABUL VE ONAY

Ahmet BOZ tarafından hazırlanan Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Mardin Örneği” başlıklı bu çalışma **16-06-2016** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans** olarak kabul edilmiştir.

.....
(Başkan)

.....
(Üye)

.....
(Üye)

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım./...../.....

Doç. Dr. Mazlum ÇELİK
Enstitü Müdürü

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü” başlıklı çalışmanın tarafımda, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım...../...../.....

Ahmet BOZ

ÖNSÖZ

Gelişen teknoloji ve artan seyahat imkânları günümüzde insan hareketliliğini artırmıştır. Bu hareketlilik zaman içerisinde etkisini ekonomik alanda da göstermiştir. Turizm ürünlerindeki farklı bileşenler farklı sektörleri etkilemekte ve turizmdeki gelişmeler direk veya dolaylı olarak diğer ekonomik sektörlerde de canlanma meydana getirmektedir. Bu çalışmada Mardin ilinde gelişen turizm sektörünün gerek ilin gerekse bölgenin ekonomik kalkınmasını nasıl etkilediği ve Turizmin Mardin ilinin kalkınmasında nasıl bir rol oynadığı anlatılmaktadır. Bu çalışmayı sonuçlandırmamda görüşleri ve tavsiyeleri ile katkıda bulunan tez danışmanım Doç. Dr. İbrahim Sani Mert Hocama, yönlendirici yaklaşımları ve teknik desteklerinden dolayı Doç. Dr. Şevket Ökten hocama çok teşekkür ediyorum.

Gaziantep, 2016

Ahmet BOZ

ÖZET

Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de bölgeler arası ekonomik dengesizlik sürekli olarak büyüyen ancak henüz çözülemeyen bir sorun haline gelmiştir. Hemen her dönemde bu farklılığı ortadan kaldırmak için kalkınma planları yapılmış ve bir kısım tedbirler alınmış olsa da yeterince etkili olamamıştır. Son yıllarda teknolojik gelişmeler ve artan seyahat imkânları insan hareketliliğini ve dolayısıyla turizmi çekici hale getirmiştir. Turizmde meydana gelen bu hareketlilik aynı zamanda ekonomik hareketliliği de beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada, Mardin ilindeki turizmin gelişimi ildeki ekonomik faaliyetleri nasıl etkilediği ve bunun bölge ekonomisine nasıl yansıdığı araştırılmıştır. Bu bağlamda Mardin’de tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen turizm sertifikalı otel yöneticilerinin bu konudaki görüşlerini belirlemek amacıyla 119 yöneticiye anket uygulanmıştır. Yöneticiler Mardin ilindeki turizmin gelişmesi direkt olarak istihdamı etkilediği ve yoğun sezonlarda çevre illerden bile işgücüne ihtiyaç duyulduğu konusunda olumlu görüş bildirmişlerdir. Turizmin azalması durumunda ise hem Mardin ilinde hem de çevre illerde diğer bütün ekonomik sektörlerin olumsuz etkilendiği görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, Mardin’in dil, kültür ve inanç turizmin ekonomik kalkınmasındaki önemini ortaya koymaktır. Turizmin gelişmesi için özellikle Mardin’in tarihi ve kültürel zenginliğinin daha çok tanıtılması gerekir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Ekonomik kalkınmada Turizm, Şehir Turizmi,

ABSTRACT

Economic imbalances between regions in our country as well as in worldwide countries have become ever-growing a problem but cannot be solved yet. In order to eliminate these differences developments plans have been made in each period and a number of measures were taken, though it has not been sufficiently effective. In recent years, technological developments and increased travel opportunities arising have made human mobility and tourism attractive. This activity occurred in tourism has also brought economic mobility with itself. In this study, the development of tourism in Mardin, how it affected economic activities in the province and how it is reflected in the region's economy have been investigated. In this context, to determine the views of the managers of the tourism certified hotels in Mardin selected with random sampling method, A questionnaire was applied to 119 executives. Managers have reported a positive opinion on the topic that development of tourism in Mardin affects employment directly and even Mardin the need for the labour force from neighbouring provinces in peak season In case of reduction in tourism, It is seen that all other economic sectors in both neighbouring provinces and Mardin province has negatively affected. The purpose of this study is to demonstrate the importance of Mardin's language, culture and faith tourism in economic development Especially Mardin's history and cultural wealth needs more introductions for the development of tourism.

Key Words: Sustainable Tourism, Economic Development, Tourism, City Tourism

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ	1
1. 1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	2
1.2. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları	2
İKİNCİ BÖLÜM	4
BÖLGESEL KALKINMA VE BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ	4
2.1 Kalkınma Tanımı ve İlgili Kavramlar	4
2.1.1. Bölgesel Kalkınma ve Azgelişmişlik	6
2.1.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları.....	8
2.1.3. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Araçları	9
2.2. Bölgesel Kalkınmada Turizm	10
2.2.1. Turizmin Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkisi.....	11
2.2.2. Turizmin Bölgeselarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi	14
2.2.3. Turizme Odaklı Bölgesel Kalkınma Araçları.....	14
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	16
MARDİN İLİ TURİZM POTANSİYELİ	16
3.1. Mardin İli Mevcut Turizm Potansiyeli.....	16
3.1.1. Yayla Turizmi.....	17
3.1.2. Sağlık ve Termal Turizmi.....	18
3.1.3. Mağara Turizmi	18

3.2. Mardin'in Coğrafi Durumu ve İklim Özellikleri	22
3.2.1. Coğrafi Konum.....	22
3.2.2. İklim ve Bitki Örtüsü.....	23
3.2.3. Mardin'in Demografik Yapısı	23
3.3. Mardin'de Ekonomik ve Sosyal Yapı.....	23
3.3.1. Genel Nüfus Özellikleri.....	23
3.3.2. İstihdam Durumu.....	24
3.3.3. Eğitim Durumu	25
3.3.4. Mardin ilinde Sağlık Hizmetleri	27
3.3.5. Tarım Sanayi ve İnşaat Sektörü.....	28
3.4. Mardin'deki Turizm Arz ve Talebi.....	29
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	33
ARAŞTIRMA BULGULARI	33
4. 1. Demografik Veriler	33
4.1.1 Otel Yöneticilerinin Görüşleri	56
4.1.2 İnanç Turizmi Açısından	57
BEŞİNCİ BÖLÜM	58
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	58
5.1. Sonuçlar	58
KAYNAKÇA	61
EKLER.....	65
Ek-1. Turizmin Bölge Kalkınmasına Etkisinin Belirlenmesi Anket Formu	65
Ek-2: Mardin İli 2009-2014 Dönemi Aylık Turizm Gelişim Durumu	67

TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1. Mardin'de İşgücüne Katılım Oranının Yıllara Göre Değişimi.....	22
Tablo 2. Mardin'de İstihdam Oranının Yıllara Göre Değişimi.....	23
Tablo 3. Mardin'de İşsizlik Oranının Yıllara Göre Değişimi.....	23
Tablo 4. 2014 Yılı itibariyle Mardin'deki öğrenci yurtlarındaki yatak kapasitesi.....	24
Tablo 5. Mardin'de 2013-2014 Eğitim-Öğretim Yılı İl Geneli Devlet ve Özel Okul durumu.	24
Tablo 6- 2013–2014 Eğitim-Öğretim Yılı İl Geneli Devlet Ve Özel Okul Durumu.....	27
Tablo 7. Mardin İli Sağlık Göstergeleri, Türkiye, 2013.....	28
Tablo 8: Tarım alanlarının dağılımı ve üretim miktarı.....	28
Tablo 9: Mardin İli 2009-2014 Dönemi Aylık Turizm Gelişim Durumu.....	31
Tablo 10: Döneme göre Yerli-yabancı Turist sayıları (2009-2014).....	33
Tablo 11: Mardin Turizm Geliri (2009-2014).....	34
Tablo 12: Turizm İşletmesinin Faaliyet Süresi.....	35
Tablo 13: Turizm İşletmesinde Çalışan Personel Sayısı.....	36
Tablo 14: İşletmede Çalışan Personelin Eğitim Durumu.....	36
Tablo 15: İşletmede Çalışan Personelin Yabancı Dil Durumu.....	37
Tablo 16: İşletmenin Turistlere Yönelik Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri.....	38
Tablo 17: İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerinde Kullandığı araçlar.....	38
Tablo 18: İşletmeye gelen turistlerin Ortalama kalış süresi.....	39
Tablo 19: İşletmeye Gelen Turistlerin Genel Olarak Mardin'e Geliş Amaçları.....	40
Tablo 20: Son Beş Yılda İşletmeye gelen Turist sayısındaki Artış.....	40

Tablo 21: İşletmenin Çalıştığı Tur veya Seyahat Acentesi.....	41
Tablo 22: İşletmenin Hizmet Süresi.....	42
Tablo 23: İşletmede Müşteri Memnuniyetine Yönelik Anketi Uygulaması.....	42
Tablo 24: İşletmeye Gelen Müşterilerin Şikâyet ve Beklentileri.....	43
Tablo 25: İşletme Yöneticilerine Göre Turizmin Ekonomiye Katkıları.....	44
Tablo 26: Turistlerin En Çok Harcama Yaptıkları Alanlar.....	45
Tablo 27: Mardin Turizmine Çevredeki İllerin Katkısı.....	45
Tablo 28: Mardin'deki Tesislerin Turistleri ağırlama Yeterliliği.....	46
Tablo 29: Mardin ilinin Turizm Patasından daha fazla pay alması için yapılabilecekler.....	46
Tablo 30: Mardin'de Geliştirilebilecek Turizm Türleri.....	47
Tablo 31: Mardin ilinin Kalkınmasında en önemli gelir kaynakları.....	48
Tablo 32: Mardin'in Kalkınmasında Turizmin Faydası.....	48
Tablo 33: İldeki Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları.....	49
Tablo 34: Yerel Yönetimlerin Çalışmalarının Yetersiz Olduğu Konular.....	50
Tablo 35: Mardin İlinin Turizm Konusunda Zayıf Yönleri.....	50
Tablo 36: Mardin İlinin Turizm Avantajları.....	51
Tablo 37: Mardin İlinin Turizm konusundaki mevcut Fırsatları.....	52
Tablo 38: Mardin Turizmini Tehdit eden Unsurlar.....	53
Tablo 39: İşletmelerin Son Beş Yıldaki Gelir düzeyleri.....	53
Tablo 40: Gelir Artışını Değerlendirme Şekli.....	54
Tablo 41: Son 5 Yılda Bankadaki Mevduatım Durumu.....	55
Tablo 42: Son 5 yılda ildeki halkın refah düzeyi.....	55
Tablo 43: Son 5 Yılda Turistlerin İlçeye Sağladıkları Gelirden Memnuniyet Düzeyi.....	56
Tablo 44: Belediye Girişimlerinin Mardin'i Ekonomik Açından Daha Da İleriye Götüreceğini Düşüncesi.....	56
Tablo 45: : Son 5 Yılda Turistlerin İlçeye Sağladıkları Gelirden Memnuniyet Düzeyi	57

Tablo 46: Belediye girişimlerinin Mardin'i ekonomik açıdan daha da ileriye götüreceğini düşüncesi.....58

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	:	Avrupa Birliği
ASF	:	Avrupa Sosyal Fonu
BKA	:	Bölgesel Kalkınma Ajansı
BKP	:	Bölgesel Kalkınma Planı
BM	:	Birleşmiş Milletler
DAP	:	Doğu Anadolu Projesi Ana Planı
DPT	:	Devlet Planlama Teşkilatı
GAB	:	Güneydoğu Anadolu Bölgesi
GAP	:	Güneydoğu Anadolu Projesi
GSMH:		Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH:		Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
KİEM:		Kamu İnternet Erişim Merkezi
MAÜ	:	Mardin Artuklu Üniversitesi
MEM	:	Milli Eğitim Müdürlüğü
MOSB	:	Mardin Organize Sanayi Bölgesi
MTSO:		Mardin Ticaret ve Sanayi Odası
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
WTO	:	Dünya Turizm Örgütü
YİBO:		Yatılı İlköğretim Bölge Okulu
YKP	:	Yıllık Kalkınma Planları

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Son asırda hem ülkemiz için de hem de ülkemiz dışında meydana gelen değişimler ve gelişmeler turizm alanında da dikkat çeken bir hareketlilik meydana getirmiştir. Seyahat imkânlarının artması, teknolojik gelişmeler sayesinde insanların yakınlaşması bu hareketliliği artırmıştır. İnsanların tatil ve benzeri amaçlarla seyahat etmesi aynı zamanda gittikleri yerlerin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısını da etkilemiştir. Turizm harcamalarının artması ekonomik canlanmayı sağlamış ve istihdam olanaklarını artırmıştır. Farklı kültürlerin bir araya gelmesi, insanların kendi dışındaki kültürleri tanınması toplumun kültürel yapısını da etkilemiştir.

Turizmin gelişmesi ve insan hareketliliğinin olduğu yerlerde genelde ülke ekonomisini ve yerelde de bölge ekonomisini güçlendirmiştir. Turizmin yatırımlarının artması, kalkınmada önemli bir unsur haline gelmiştir. Öyle ki bazı bölgelerde tarım sektörünün gelişmesini de sağlamış ve birbirine başlı olarak her iki sektörde de canlanma meydana gelmiştir.

Ülkemizde ilk zamanlarda deniz turizmi ile başlayan turizm hareketliliği zamanla doğa turizmi, inanç turizmi ve tarih turizminin de gelişmesini sağlamıştır. Bu bağlamda Mardin kendisine özgü çok dinli, çok dilli ve tarihsel özellikleriyle turizm alanında yerini almaya başlamıştır. Mardin turizmindeki bu gelişme kentin ekonomik kalkınmasını da canlandırmıştır. Yerleşim yerlerinin yani yapılaşmadaki artış, otel ve benzeri konaklama imkânlarının artması istihdam kapasitesini artırarak Mardin ekonomisinin gelişmesi için yeni bir umut kapısı olmaya başlamıştır. Bu kapsamda Mardin'deki turizm işletmeleri kentin ekonomik kalkınmasında önemli bir yer teşkil etmişlerdir. Ancak bu hareketlilik beraberinde yeni sorunlar da getirmiştir. Turizm işletmelerinin kalifiye eleman bulamayışları, konaklama dışında sosyal faaliyetlerin eksikliği, fiyatların yüksek olması, Mardin ile ilgili olarak ziyaretçilere verilen bilgilerin eksikliği bunlardan bazılarıdır. Bu eksiklikler nasıl giderilebilir? Mardin'de turizm sektörü nasıl olmalıdır? Turizm işletmeleri nasıl bir hizmet sunmalı? Bu ve benzeri sorunların çözümü konusunda neler yapılabileceği ile ilgili olarak bazı bilgiler verilmeye çalışılacaktır. Bu bilgiler ışığında tez çalışması üç ana bölüm üzerine kurulmuştur. İlk bölümde genel olarak turizm ve turizm ile ilgili kavramlardan ve bu kavramların gelişiminden bahsedilmektedir ve sosyo ekonomik etkilerinden bahsedilmektedir. Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı gibi, Turizmin ekonomik özelliği, döviz ve istihdam yaratmasıdır. Sosyo kültürel özelliği ile de farklı kültürlerle sahip insanları bir araya getirir.

1. 1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, genelde bölgesel, özelde de Mardin ilinde turizmin bölgesel kalkınmaya etkisinin bir uygulama çalışmasıyla belirlenmesidir. Genelde hem bölgenin hem de Mardin'in ekonomik kalkınmasında turizmin rolünü incelemek, özelde ise Mardin ilinin turizm potansiyelini ortaya koyarak bu potansiyelin hem Mardin ili için hem de bölge olarak gelişmesinde kullanılabilir bir faktör olduğunu göstermeye çalışmaktır.

Bu amaç doğrultusunda Mardin ilinde faaliyet göstermekte olan işletmelerde turizmin sosyal, kültürel, bölgesel kalkınmaya etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. İlgili yazında özellikle kalkınmakta olan ülkeler için, turistik potansiyelin varlığı ve yörenin geliştirilmesi konusunda, kalkınmayı hızlandırıcı etkisinin olduğu düşüncesi, çalışmanın önemini daha da artırmaktadır. Bu bağlamda, turizmin bölgesel kalkınmayı hızlandırıcı etkisinden yararlanılması düşüncesiyle, bu konuda önemli potansiyeli olan Mardin ilinde böyle bir çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir. Çok dinli, çok dilli ve çok kültürlü bir il olan Mardin'in tarih, inanç ve kültür yapısındaki zenginlikler dikkate alındığında turizmin Mardin ilinin kalkınmasında ne kadar gerekli olduğu görülmekte ve dolayısıyla bu çalışmanın da önemini ortaya koymaktadır.

1.2. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını, Mardin ilinde faaliyet göstermekte olan turizm bakanlığı belgeli ve belediye işletme belgesi olan turizm işletmeleri oluşturmaktadır. İlde şu anda araştırma ölçütlerimize uygun 145 sayıda işletme tespit edilmiştir. Fakat görüşme talebimize olumlu yanıt veren 119 sayıda işletme sahibi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Mardin ilini turizm potansiyelin ortaya çıkarmayı hedefleyen çalışmamız temelde betimleyici bir çalışma niteliği taşımaktadır. Bu anlamda esas olarak niceliksel veri tekniklerinden anket tekniği uygulanmıştır. Bu temelde hazırlanan anket 119 işletme yöneticilerine Şubat-Mart 2016 tarihleri arasından uygulanmıştır.

SPSS paket programına yüklenen anket verileri araştırmanın amacına göre daha çok betimsel (discriptive) durumlarla ilgili olarak frekans tabloları oluşturularak, değişkenlerin

örneklem içindeki yüzde dağılımları ve örneklemin genel özellikleri elde edilmeye çalışılmıştır

Turizmin bölgesel kalkınmaya olumlu etkileri olduğuna yönelik düşüncenin test edilmesi, otel yöneticilerinin bu konudaki görüşlerini ve karşılaştıkları sorunları ortaya çıkarmaya yönelik hazırlanan anket formu, 35 sorudan oluşmaktadır. Uygulaması yapılan ankette, turizm işletmelerinin demografik bilgilerini, turizmin bölgesel kalkınmaya etkileri konusundaki düşünceleri, bölgenin kalkınması, turizm açısından daha çekici hale gelebilmesi için ne gibi tedbirlerin alınması gerektiği konusundaki düşünceleri ve çözüm önerilerini belirlemeye yönelik 35 sorudan oluşmaktadır.

Anket hazırlanırken öncelikle literatür taraması yapılmış ve Isparta örneği (Durgun, 2006), Amasya örneği (Şeker, 2011), Antalya örneği (Güneş, 2014), Marmaris örneği (Topçuoğlu, 2010), Balıkesir örneği (Özcan, 2011), kaynaklarında kullanılan anketlerden yararlanılarak Turizmin Bölge Kalkınmasına Etkisini Belirleme Anket Formu geliştirilmiş ve uygulamada bu anket kullanılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA VE BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ

2.1 Kalkınma Tanımı ve İlgili Kavramlar

Kalkınma kavramı, toplumların gelişim durumlarına uygun olarak, farklı anlamlar kazanabildiği gibi aynı dönemde farklı içerikler için de kullanılabilir. Kavram, bazen de kendine yakın anlamlar taşıyan sanayileşme, modernleşme, ilerleme, büyüme ve yapısal değişim gibi kavramlarla iç içe geçmiş, onların yerine kullanılmıştır, bu durum ise kalkınma olgusunun anlamında bir karmaşıklıkta sebep olmuştur ((Aktakas, [2006]'dan aktaran Şeker, 2011:47).

Kalkınma kavramı, toplumsal değişimde rol oynayan faktörlerin etkinliklerine göre içerik kazanmakta ve toplumsal değişimlerin neden ve sonuçlarını inceleyen iktisatçı, sosyolog ve tarihçilere göre farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Örneğin başka bir eserde (Huggins, [2009]^dan Aktaran Çelik, 2012:48), belirtildiği gibi; kalkınma Marx tarafından tarihsel şartlardaki değişimlerle ifade edilirken; Milner tarafından ise, aynı dönemdeki hükümet faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Çok genel olarak ekonomik büyüme daha fazla ürün anlamına gelirken ekonomik kalkınma ise, daha fazla ürünle beraber üretim ve dağıtım kanalları dâhil ürün çeşitliliğini de içermesi itibarıyla daha geniş bir anlam yüküne sahiptir.

Ekonomi literatüründe özellikle ekonomik büyümeyle ekonomik kalkınma sözcükleri sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak birbirlerini tamamlamakla birlikte, taşıdıkları anlam, farklıdır. Ekonomik büyüme, ekonomideki üretimde meydana gelen artış veya kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYMH) oranıdır, yani daha fazla ürün anlamına gelmektedir. Kalkınma ise, yalnızca daha fazla ürün değil, üretim ve dağıtım kanalları da dâhil, ürün çeşitliliğini ifade etmektedir. Bu durumda ekonomik kalkınma, büyümeden çok daha geniş bir anlam taşımaktadır. Çünkü ekonomik kalkınma hem üretim miktarındaki artışı hem de sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişimleri ve gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya bulunduğu durumları içerir. Dolayısıyla, ekonomik büyüme daha çok gelişmiş ülkelerde görülür ((Çeken, 2008'den aktaran, Şeker, 2011:47).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı gibi kalkınma kavramı hem reel hem de nominal değerlere göre farklı bir şekilde tanımlanabilmektedir. Örneğin nominal değerlere

göre kalkınma: Bir ülke ekonomisinde belirli bir dönemde üretim faktörlerindeki verimlilik ve devamlı olarak artması sonucu Gayri Safi Milli Hasıla'da (GSMH) veya kişi başına düşen milli gelirden artışların olduğu sosyal, ekonomik ve politik gelişmeye denir (Tolunay, Akyol, 2006:118).

Reel değerlere göre kalkınma ise bir ülke ekonomisinde belli bir dönemde fiziki üretim kapasitesinin artmasını, altyapı yatırımlarının tamamlanmasını, teknolojik bir birikimin sağlanmasını, doğal kaynakları bulma ve ürüne dönüştürme kapasitesini elde etmesini ifade eden ekonomik, sosyal ve politik boyutları olan, uzun dönemleri kapsayan devamlı gelişmelerdir. Kalkınma kavramı bir yerleşim yerinin tümünü belirli bir dönemde bir bütün olarak ele alır ve markı ölçekli gelişmeleri kapsar. Bu haliyle de sosyal, beşeri, ekonomik ve siyasal boyutlu birçok unsuru da bünyesinde içerir (Akgül, 2008:22).

Bir başka tanıma göre ise ekonomik kalkınma, büyüme olgusunu da içine alan, ekonomik sosyal ve kültürel yapıdaki gelişme ve ilerlemeyi de kapsayan bir kavramdır (Kargı, 1998).

Bölgesel veya yerel kalkınma; alanı ve sınırları belli olan spesifik bir bölgenin sosyal ve ekonomik kapasitesini artırmak ve bu bölgede yaşayan insanların yaşam kalitelerini artırarak geleceklerini iyileştirmek şeklinde ifade edilebilir (Aydemir ve Karakoyun 2011: 11)

Ekonomik yaklaşımı benimseyen kalkınma iktisatçıları, geri kalmış ve gelişmiş toplumları tanımlarken daha çok ekonomik göstergeleri temel almışlardır. C. Clark'ın gelişmişlik ve geri kalmışlık ölçütü tüm dünyada işçi başına düşen gerçek gelire dayanmaktadır. Buna göre; dünya nüfusunun %10'unu oluşturan en yüksek gelir düzeyine sahip beş ülke; ABD, Kanada, Yeni Zelanda, İngiltere ve İsviçre'dir. Bunları dünya nüfusunun %9'unu oluşturan Avrupa'nın belli başlı ülkeleri izlemektedir (Clark, 1986).

Günümüzde büyüme ve gelişme, ancak çevreyle uyumlu olduğu sürece sürdürülebilir olarak nitelendirilmektedir (Kahraman, 1994: 74). Sürdürülebilir kalkınmanın temelini, kaynakların korunması ve geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar oluşturmaktadır (Çakılcıoğlu, 2002). Sürdürülebilir kalkınmada, sosyal ve ekonomik politikaların belirlenmesine ve uygulanmasına, doğal kaynakların yönetilmesine, biyolojik çeşitliliğin artırılarak çevrenin korunmasına, kültürel bütünlüğün korunmasına ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarının

belirlenmesine önem verilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik sosyal, ekonomik ve ekolojik boyut olmak üzere üç farklı aşamada ele alınmaktadır (OECD, 2001; Özyol, 2013):

Sosyal Boyut: Sürekli eğitim ile kişilere Hayat Kalitesinin Artırılması'nın kendilerine ve sonraki nesillere sağlayacağı faydalar anlatılmalıdır. İnsanların kültürel, maddesel ve ruhsal ihtiyaçlarını eşit biçimde karşılayabilmek olarak tanımlanmıştır.

Ekonomik Boyut: Yeryüzündeki her kaynak sınırlıdır. Dolayısıyla, elimizdeki kaynak ne olursa olsun, bu kaynağın insan yaşamının kalitesini artırabilecek biçimde nasıl en adil dağıtılacağı yolunu bulunmalıdır. Maliyetler gelirleri aşmadan kendi kendine yeterliğin sağlanması olarak açıklanmaktadır. Ekonomik boyut faaliyetlerin ve üretim faktörlerinin sürdürülebilir kullanımını ifade eder.

Çevresel (Ekolojik) Boyut: Geri dönüşümlü olsun ya da olmasın, her doğal kaynağın, devamlılığını sağlayabilecek şekilde kullanımı hedeflenmelidir. Ekosistemlerin desteklenmesiyle uzun dönem yeterliğin sağlanması anlamını taşımaktadır. Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımının sağlanması, gelecek kuşakların da en az günümüz kuşakları kadar bu kaynaklardan yararlanmasını sağlamak olarak ifade edilmektedir. Ekolojik (çevresel) olarak sürdürülebilir bir sistem, yenilenebilir kaynak sistemlerinin aşırı kullanımından sakınarak, istikrarlı kaynak yapısını sürdürebilen bir sistemi ifade etmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. Kaynakların sürekli olarak, korunarak değerlendirilmeleri, yenilenebilir kaynakların kendilerini yenileme sınırları aşılmadan kalkınmaya destek olabilmeleri, çevreyi koruyan kalkınma felsefesinin temelini oluşturur.

2.1.1. Bölgesel Kalkınma ve Azgelişmişlik

II. Dünya Savaşından sonra ekonomik literatüre girmiş olan bölgesel kalkınma kavramı, endüstrileşme süreci ile birlikte önem kazanmış, bununla beraber iktisadi ve sosyal kalkınma sorunu da mekânsal boyut kazanmıştır. Çünkü bu dönemde hızlı sanayileşmenin ekonomik gelişme sürecine giren ülkelerde gelişmeye bağlı olarak bölgelerarası aşırı farklılaşmaların oluşmasındaki dengeleri bozucu etkisiyle de sosyo-ekonomik sorunlar ortaya çıkmıştır. Bölgesel kalkınmanın genel amacı; özellikle sanayileşmenin bir ülkenin belirli bölgelerinde yığılması sonucu ortaya çıkan gelişme, büyüme ve kalkınma eşitsizliğini gidermek amacıyla, geri kalmış bölgelerin pozitif ayrımcılık yapılarak ülkenin tüm bölgelerinde adil bir refah dağılımının sağlanmasıdır. Bu asıl amacı gerçekleştirebilmek için

ortaya konan bölgesel kalkınma politikaları, bölgeler arasındaki farklılıkların derecesine göre değişmektedir. Coğrafi, siyasi, kültürel ve ekonomik unsurların sıkı bağlantılarının bulunduğu mekânları temsil eden bölge, bu mekânlarda bulunan tabii koşullar, ortak hükümet politikaları, ortak rekabet mekanizması, iş ve ticaret gibi unsurlar o bölgenin üretim ve tüketim yapısını, kamu ve özel kuruluşlarını etkilemektedir. Bölge kavramının tüm dünyada kabul edilen ortak bir tanımı yoktur. Özellikle yaşanan küreselleşme olayı ekonomik, sosyal, teknolojik ve politik değişimlerle birlikte bölge kavramını da tartışılır hale getirmiştir. Bu nedenle de bölge kavramı konusunda çeşitli görüşler ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra kimi bilim adamları belirli bir bölge tanımını kabul etmişler, kimileri ise kabul etmemişlerdir ve bu nedenle birçok bölge tanımı yapılmıştır. Sonuç olarak bölge kavramının günümüzde edindiği yer, ne ile anıldığına göre önem taşımaktadır ve bugün bölgeden ne anlaşılacağı kalkınması veya göstereceği gelişime göre değişmektedir (Mengi, 2001'den aktaran Çelik, 2012: 52).

Büyüme, ekonomide belli bir dönemde ortaya çıkan bir hacim ve büyüklük artışıdır. Söz konusu bu artış, insanları ve ülkeyi bugünkünden daha sağlam ve daha kuvvetli bir güce, daha yüksek bir reel gelir düzeyine doğru götürebilecek niceliksel bir artıştır. Gelişme ise, bir ülkenin hem ulusal gelirindeki artışı hem de ülkenin yapısındaki sosyal, politik, kültürel, dini hatta ahlaki ve geleneksel değişimleri ifade etmektedir. Bir başka tanıma göre de kalkınma ve büyüme şöyle açıklanmaktadır. Kalkınma, salt üretimin ve kişi başına gelirin artırılması demek olmayıp, azgelişmiş bir toplumda iktisadi ve sosyo-kültürel yapının da değiştirilmesi, yenileştirilmesidir. Büyüme ise, nitelikten çok nicelik bakımından ortaya çıkan bir değişiktir. Bir ekonominin büyümesi, mutlaka o ekonomide yapısal değişimi gerektirmez. Büyüme, sadece üretimin ve kişi başına gelirin artırılması olarak kabul edilebilir (Han ve Kaya 2006: 2).

Tanımlara göre; büyüme sayısal bir artış olarak değerlendirilirken, kalkınma kavramı sayısal bir büyüme ve gelişmenin yanı sıra toplumu oluşturan dinamiklerde de bir gelişmeyi kapsamaktadır. Azgelişmiş ülkelerin kalkınma için çaba gösterdiği dünyamızda, günümüzün en temel sorunlarından biri olarak görülen azgelişmişlik olgusu kesin olarak tanımlanamamaktadır. Azgelişmişlik sorununun çok yönlü bir özellik taşıması, geri kalmışlığa neden olan faktörlerin çokluğu, tanımlama güçlüğüne daha da arttırmaktadır (Yıldırım:2008:3).

Az gelişmiş bölge aslında gelişme potansiyeline sahip olmayan ya da bu özelliğini kaybetmiş bölge olarak tanımlanır. Bu tür yerlerde daha önceleri kişi başına düşen gelir

seviyesi geçmiş iyi bir düzeyde iken günümüzde daha düşük seviyelerdedir. Bu nedenle gerileme yaşamakta ve az gelişmiş bölgeler arasına katılmaktadır. Buradaki az gelişmişliği sadece ekonomik bir kavram olarak ya da başına düşen milli gelirin düşmesi olarak algılamamak lazımdır. Ekonomik yapının yanında sosyal ve kültürel yapının da ekonomik seviye ile paralel olduğunu düşünmek gerekmektedir (Aydemir ve Karakoyun, 2011:8)

2.1.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları

Birçok ülkede başlıca ekonomik politikalar arasında yer alan bölgesel kalkınma politikaları gittikçe daha çok önemsenmiş ve temel incelenme alanı haline almaya başlamıştır (Armstrong, 1978:12).

1950'li yıllarda kalkınma ekonomisiyle beraber bölgesel kalkınma kavramı da güncellik kazanmıştır. 1950'lerden bu yana bölgesel kalkınma politikasında öne çıkan kavramlar sürekli olarak değişmiş ve dünyanın değişen koşulları ve ortaya çıkan yeni olgularla beraber bölgesel gelişmeler bölgesel gelişmenin dinamikleri de sürekli olarak farklılaşmıştır (Eraydın: 2004: 86).

Geleneksel bölgesel politika, gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere doğru endüstrinin coğrafi olarak dağılımının teşvik edilmesine dayanmaktadır. Bu amaçla kullanılacak politikalar az gelişmiş bölgelerde talebi canlandırmak için refah politikaları, gelirin yeniden dağılımı ve devletin yeniden bu bölgelere yatırım yapacak işletmelere vergi imtiyazları, amortisman indirimleri gibi teşvikler vermesini öngören Keynesyen politikalarıdır (Maarte, 2001:4).

Yeni bölgesel politikalarda, bölgenin bütün dinamiklerinin harekete geçirilerek içsel büyümenin sağlanması ön plana çıkmıştır. Bu tip politikalarda firmaları az gelişmiş bölgelere çekmek yerine, o bölgedeki mevcut kaynakları kullanarak bölgenin kendi kaynakları ile büyümesi teşvik edilmektedir (Taylor, 2001: 18). Bu durum her bölgede atıl durumda muhtemel kaynakların tekrar ekonomiye kazandırılması açısından faydalı olabilir.

1970'lerin ilk yıllarında yaşanan petrol krizinden sonra Keynesyen politikalarının etkisi azalmış ve bununla beraber bölgesel politikalar bölgesel politikalar da gündemden düşmüştür. 1980'li yıllarda bölgesel politikalar tekrardan gündeme gelmeye başlamıştır. Bölgesel politikaların önem kazanmasının nedeni küreselleşmenin etkisiyle birlikte yerel çevrenin

öneminin artması, yeni başarılı bölgelerin ortaya çıkması ve ulusal düzeydeki politikaların öneminin azalması olarak düşünülebilir (Durgun, 2006:46).

İkinci Dünya Savaşından 1970’li yıllara kadar merkezi idarenin güdümünde ve desteği ile uygulanan eski nesil bölgesel politikalar, 1970’li yıllardan bu yana yerel dinamikler ve yerel potansiyelin sağladığı avantajlardan yararlanmasi üzerine odaklanan yeni bölgesel politikalar halini almıştır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun, her ülkenin bölgeleri arasında sosyal ve ekonomik açıdan farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar az gelişmiş ülkelerde, gelişmiş ülkelere nazaran daha fazladır. 1990’lı yıllardan sonra bölgesel politikaların anlaşılması ve uygulanmasıyla ilgili değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde hâkim olan görüş ise Neo-klasik yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre piyasa mekanizmasına güvenilmesi, piyasadaki kısıtlayıcı şartların araştırılması, az gelişmiş bölgelerde teknoloji, iletişim altyapısı ve ulaşım ile eğitime yapılan yatırımlar ve teşviklerle girişimciliğin desteklenmesi önem kazanmıştır (Durgun, 2006:46).

2.1.3. Bölgesel Kalkınma Politikalarının Araçları

Bölgesel kalkınma politikasının araçları gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler açısından farklı olabilmektedir. Gelişmiş ülkelerde aşırı kalabalık bölgelerdeki büyük kentlerin sorunları ile gelişmekte olan ülkelerde büyük kentlerin problemleri farklı olduğu gibi, geri kalmış kentlerin sorunları da farklılık gösterecektir. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını azaltmanın ilk ve önemli koşulu, geri kalmış bölgelerin gelişmiş bölgelerden daha hızlı bir şekilde kalkınmasını sağlamaktır. Bu gerçekleştiği zaman, bir yandan bölgeler arasındaki gelişmişlik farkları azalacak, öte yandan gelişmiş bölgelere olan, başta işgücü olmak üzere, her türlü kaynak göçünün hızı azalacağından, aşırı kalabalık bölgelerin daha da kalabalıklaşmasının önüne geçilmiş olacaktır (Şeker, 2011:57)

Bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaya yönelik dört temel araçtan söz edilebilir

1. Ekonomik faaliyetlerin her şeyden önce bir takım teşvik tedbirleriyle (mali ve vergisel avantajlar) belirli yörelere yönelmesini sağlama; gelişme ve teşvik fonları, faizsiz ya da düşük faizli krediler, devlet garanti ve iştirakleri, gümrük muafiyetleri, katma değer vergisi iadesi ve benzeri tedbirler ifade edilmektedir.
2. Bölgesel kalkınma için gerekli devlet yatırımlarının gerçekleştirilmesi,
3. Yönetimsel örgütün bölgesel kalkınma sorunlarına adaptasyonunun sağlanması,

4. Metropolitan bölgelerin gelişmesinin sınırlandırılması. Ayrıca bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltıcı bu politikaların etkinliğinin artırılması için mutlaka bölgesel planlamaya başvurulması gerekmektedir (Dinler, 1998:52).

2.2. Bölgesel Kalkınmada Turizm

Turizmin hareketli olduğu bölgelerde kuşkusuz kalkınmada hızlıdır. Çünkü gerek istihdam gerekse yatırımlar turizmin etkisiyle gözle görülür bir artış göstermektedir. Son yıllarda ekonomik ve sosyal alanlardaki köklü değişimlere paralel olarak turizm de önemli gelişmeler göstermektedir. Günümüzde turizm, kapsamı ve etkileri giderek artan bir sosyo ekonomik olaya dönüşmüştür. Turizm olayının uluslararası boyutu ele alındığında, gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere doğru önemli bir döviz akışının söz konusu olduğu görülmektedir. Bölgeler arasında gerçekleşen para akışı, bölgelerin ve yörelerin kalkınma süreçlerinde kullanacakları araçların sağlanmasında gereksinim duydukları finansal desteğe önemli katkılarda bulunabilmektedir (Durgun, 2006: 79).

Turizmin bölge kalkınmasına etkisi üzerine bir çalışma yapan Andrew, İngiltere'deki konaklama temeline dayalı turizmin ekonomiye olan katkısını ortaya çıkarmak amacıyla bir araştırma yapmış ve bu çalışmada turizm ve buna bağlı olarak ekonomik kalkınmayı incelemiştir. Bu çalışmada konaklama turizminin etkin olduğu bölgelerde turizmin gelişmesinin ekonominin gelişmesi için uygun bir strateji olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Buna ilave olarak bu yaklaşımın yerli endüstri üzerinde de negatif bir etkisi olabilmektedir. Ayrıca bu yaklaşımın, turizmin olumlu dış dengelerinin kurulmasında önemli bir rolü olduğunu saptamakta, fakat ekonomik gelişme ile dengelerin kurulması arasında farklı bir durumun olabileceği belirtilmektedir (Andrew, 1997). Bu çalışmalar gösteriyor ki turizm ve ekonomik kalkınma arasında direk bir ilişki vardır ve turizmin yatırımları bölgesel ekonomik kalkınmayı doğrudan etkilemektedir.

Benzer çalışmalardan biri de Binns ve Nel (2002) tarafından yapılmıştır. Güney Afrika'da Bölgesel Kalkınma Stratejisi Olarak Turizm adı altında yapılan bu çalışmada Kwazulu-Natal ve Western Cape'teki gibi turizm temel kalkınma girişimleri; üretim ekonomisinin gelişimi, yoksulluğun azaltılması ve ırk ayırımının ve eşitsizliğin tanımlanması bağlamında değerlendirilmektedir. Kalkınma sürecinin dinamik olması nedeniyle Güney

Afrika ve diğer bölgelerde, turizm temelli kalkınma girişimlerinin yerel ekonomik kalkınma için daha uygun olması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır (Binns ve Nel. 2002:39)

2.2.1. Turizmin Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkisi

Turizm Sektörünün, bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde Turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan ama zengin turistik arz değerlerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin turizm politikaları uygulamaları sonucunda, turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır (Çeken ve Ökten, 2008:22).

Dünya savaşları esnasında gerileme gösteren turizm faaliyetleri 1950'lerden sonra yepyeni bir içerikle (sosyal turizm) yeniden canlanmaya başlamıştır. Turizmin ekonomik önemi ve bu açıdan ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. yüzyılın ortalarında anlaşılmasına karşın 1950'lere kadar kalkınma, büyüme ve zenginlik için yapılan küresel araştırmalarda turizm sektörü genellikle göz ardı edilmiştir (Çelik, 2012:9)

Turizm yapısı ve gelişimi itibariyle istihdamı ve buna bağlı olarak ta geliri etkiler. İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Bir ülkeye ya da bölgeye olan turizm talebi ne kadar fazla olursa o ülkede ya da bölgede istihdam artışı o kadar fazla olur. Turizm gelir kadar istihdam yaratır. Turizm bir yandan milli gelir yapısında yer alırken, diğer yandan çarpan mekanizması ile ekonomiye gelir etkisi getirmektedir. Ekonomide bir ekonomik birimin harcaması diğer bir ekonomik birimin gelirini oluşturmaktadır. Turizm sektöründe de turistlerin ve iç turizme katılan ülke vatandaşlarının yeme, içe, konaklama, eğlence, alışveriş ve ulaştırma gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar kendi toplamı kadar gelir yaratır. Bu geliri elde eden üretim faktörleri sahipleri de çeşitli nedenle bu parayı harcayacaklar ve harcanan bu para üretim faktörlerinin gelirini oluşturacaktır. BU gelir harcama akımı bir döngü şeklinde devam edecektir. Harcamaların bu şekilde dolaylı veya dolaysız gelir yaratma etkisine çarpan mekanizması adı verilir (Halloway, 1994). 'Turizmi, müşteri çekmek ve müşteriye hizmet etmek bilimi, sanatı ve ticareti olarak düşünecek olursak turizm geniş bir hizmet halkasıdır (Robert ve Micintosh, 1975:45).

Turizm ürününün farklı bileşimlerden oluşması nedeniyle turizm, ulusal ekonomi içindeki birçok sektörü etkilemekte ve birçok sektörden etkilenmektedir. Diğer yandan turistik hizmetlerin ulaştırılmasında her aşama farklı bir organizasyonun sorumluluğu altındadır. Örneğin havayolu ulaştırmasında, seyahat acentesi, havayolu şirketi ve personeli, catering şirketi, bagaj görevlileri, kabin temizlik ekibi bu hizmetin parçalarını oluşturmaktadır (Cooper vd., 1998:57).

Turizmin ekonomik kalkınma açısından anlamını ve önemini artıran bir konuda bu olayın başlatılması ve geliştirilmesi için gerekli ortamın hemen hemen hiçbir karmaşık teknolojiye ihtiyaç duyulmamasıdır. Turizm, hammadde ve teknoloji bakımından dışa bağımlı olmayan bir endüstridir. Büyük ölçüde insan hizmetine dayalı bir hizmet sektörü olduğu için işsizliğin yoğun olduğu ülkelerde ve bölgelerde büyük önem taşır (Durgun, 2006:78).

Turizm harcamaları diğer sektörlerden farklı olarak değişik alanlarda yapılabilmektedir. Turizm amacıyla yapılan harcamaların ilk halkasında seyahat acenteleri, oteller ve diğer turistik faaliyetler için yapılan harcamalar bulunmaktadır. Bu turizmin doğrudan etkisi olarak bilinir ve ev sahibi ülkedeki turizm gelirlerine eşittir. İlk halkada bulunanların elde ettikleri gelirlerin bir kısmı tasarruf edilirken, kalanı çalışanlar, tedarikçiler ve onların tedarikçileri arasında pay edilir. Bu da turizmin dolaylı gelir etkisidir. Bu etki elde edilen gelirin yerel ekonominin en son gider halkasındaki harcamaya kadar sürmektedir (Mihalic, 2002: 94).

Brenner ve Aguilar 2002 yılında, Meksika’da lüks turizm ve bölgesel ekonomik kalkınmayı inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmalarında 3. Dünya ülkelerinde devam eden küreselleşme sürecinde turizmin sosyo-ekonomik ve bölgesel etkisi tartışılmaktadır.

Bu çalışmada Meksika’ da turizmin ekonomik rolünün ve ülkenin bölgesel gelişimindeki sınırlı etkilerini belirlemeyi amaçlanmaktadır. Bu çalışmanın sonucunda hükümet desteğine rağmen, ekonomik büyümeyi, para gelirini, iş istihdamını geliştirmek için turizm bütün yerli üretime yüzde 5’ten daha az oranda katkıda bulunmakta ve turizmle ilgili mesleklerin çoğunluğu istikrarsız ve düşük kalifiyeli olduğu görülmektedir. Sahil kıyılarında lüks resort otellerin artması yabancı yatırımların bir bölgeye toplanmasına ve hızlı bir şekilde gelişmesine neden olmaktadır. Böylece, bu stratejinin turizm merkezleri ile turizm

merkezleriyle ekonomik ve toplumsal ilişkilerde bulunan bölgelerdeki üretim faktörlerini teşvik etmede başarısız olduğu sonucunu ulaşımlardır (Brenner ve Aguilar, 2002).

Endüstriyel faaliyetler yönünden yeterli kaynak ve gelişme olacağına sahip olmamasına rağmen, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmaları ve yurt ekonomisi için dengeli bir biçimde gelişmeleri mümkündür (Kabasakal, 2007:8). Bu açıdan turizm sektörünün bölgesel gelişimde önemli bir rolü olduğu söylenebilir (Topçuoğlu, 2010:34).

Bu bağlamda turizm yatırımlarının yapılabilmesi için bu gibi bölgelerde çok büyük bir sermaye birikimine ve gelir kaynaklarına gereksinim bulunmaktadır. Turizm sektörünün söz konusu bölgedeki gelişimi ne kadar büyük olursa, bölgeye yapılacak olan yatırımlar için sermaye birikimi ve kaynak aktarımı da o ölçüde az olur. Dolayısıyla, bu noktada ülke kaynaklarının alternatif kullanım alanları arasında çok etkili verimli bir seçimin yapılması zorunludur (Bahar, 2007:66). Turizmin bölgesel katkılarını aşağıdaki gibi özetleyebiliriz:

Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar gerek turizm sektöründe gerekse sektörü belirleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini artırır. Turizm, ülkede yeni iş imkânları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelir dağılımında olumlu etki yaparak bölgelerde dengeli kalkınmaya olanak sağlamaktadır, turizmin bölge ekonomisine katkısı katma değer yoluyla olmaktadır. Turizm sektörüne paralel olarak turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerini bulmasını neden olur. Bunun sonucunda o bölgede tarımla geçinen kesimin gelirinde artış olacaktır. Turizmin geliştiği bölgelerde aynı zamanda bölgede çevre bilincinin gelişmesine de yol açacaktır (Çeken, 2008:27).

Yukarıda belirtilen kalkınma unsurlarının gerçekleşme hızı ülkenin veya yörenin sahip olduğu turistik arz verilerinin etkin bir şekilde kullanılmasıyla ve turizm sektörünün ülkenin kalkınması için öncelikli sektör haline getirilmesi ile mümkündür.

2.2.2. Turizmin Bölgelerarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi

Turizm, kullanışlı bir bölgesel gelişme aracı olarak bölgesel kalkınmayla yakından ilişkilidir. Ekonomik gelişme ve iş yaratmanın bir aracı olan turizm politikası, günümüzde bölgesel gelişme ve bölgenin mirasının korunması ve geliştirilmesi için bir araç olmaya başlamaktadır. Turizmin gelişmesi özellikle kırsal alanlarda çok sayıda mal ve hizmet sağlayıcı için oldukça çekici fırsatlar sunarak, ekonomik büyüme ve iş yaratmanın en büyük kaynaklarından birisi halini almaktadır. Turizm aynı zamanda en geri kalmış bölgelerin entegrasyonun da ve bu bölgelerde büyümenin sağladığı olanaklardan eşit şekilde yararlanmalarını sağlamada bir araç olarak da kullanılabilir (www.oecd.org, 21.07.2007).

Özellikle geri kalmış yada sanayi yatırımları için uygun olmayan bölgelerde tarihi ve doğal değerler kullanılarak turizm önemli bir gelir kaynağı olabilmektedir. Kalkınma sürecinde de bölgelerarası kaynakların dengeli dağılımı önemli bir yer tutmaktadır. R. Rodan'da az gelişmiş ülkelerin kalkınmasının bir yolunun emek fazlasının olduğu geri kalmış bölgeden, sermaye fazlasının olduğu gelişmiş bölgeye emek göçü olduğunu savunmaktadır. Turizmin ana hammaddelerinden olan tarih, kültür, doğal güzellikler turizm faaliyetleri sonucunda parasal değere sahip olurlar. Bu da turizmin yoğun olarak etkin olduğu bölgelerde yaşayan halk için bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Turizmin gelişme imkânı olmadığı bölgelere, turizm faaliyetleri sonucunda kazanılan gelirin aktarılması, orada yaşayan halkın refah düzeyinin yükselmesine yardımcı olmaktadır. Böylece gelir paylaşımı sayesinde dengeli bir gelişme sağlanacaktır. Bunun dışında turizm bölgelerine gelen turistler sayesinde, döviz gelirleri artacak, bölgenin alt ve üst yapısını geliştirecek ve yeni sektörlerin ortaya çıkmasını sağlayarak istihdam yaratacaktır (Yıldırım,2008:23).

2.2.3. Turizme Odaklı Bölgesel Kalkınma Araçları

Doğal güzellikler ve kültürel zenginlikler doğru ve akılcı politikalarla pazarlandığında ülkelerin ve bölgelerin ekonomik dengelerini olumlu yönde etkileyen vazgeçilmez bir gelir kaynağı olmaktadır (Aktaş, 2005). Turizm temelli kültürel nitelikli bölgesel gelişme araçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (DPT, 2005);

Konferans/Sergi/Fuar Merkezleri: Hem Özel hem de kamu sektörü tarafından uygulanabilen konferans sergi ve fuar gibi etkinliklerin düzenlendiği bu merkezler bulunduğu yörelerde ekonomik canlanmaya yol açtığı gibi bölgelere dinamik bir imaj kazandırmaktadır

(Aymankuy, 2003). AB’de yapısal fonlardan yararlanarak kurulabilen bu merkezler pazarlama, kapasite, sponsor gibi bir dizi kriterin göz önünde bulundurulmasıyla hayata geçirilmektedir. (Durgun, 2006:81).

Rekreasyon Parkları: Günümüzde sektör haline gelen boş zaman turizmi araçları arasında yer alan, Rekreasyon alanları aynı zamanda bölgelerin çekiciliğini artırmakta da kullanılmaktadır. Hem kamu hem özel sektör tarafından uygulanan bu parklar turizm amaçlı uygulandığı gibi bilimsel ve eğitim amaçlı olanları da bulunmaktadır.

Alternatif Turizm: Bölgesel veya yerel doğal ve tarihi kaynakların çeşitli eylem ve yöntemlerle spesifik turizm ürünlerine dönüştürülmesidir. İstihdam, turizm sezonunun uzaması, çekiciliğin ve imajın güçlendirilmesi gibi birçok bölgesel katkısı olan alternatif turizm, AB’de NUTS III hem yapısal fonlar hem de topluluk düzeyinde LEADER girişimi tarafından desteklenmektedir.

Bölgesel Doğa Parkları: Doğa parkları bölgelerin hem cazibe merkezleri olmasında hem de turizm faaliyetlerinin zenginleştirilmesinde kullanılmaktadır. Bu tür parklar da yapısal fonlardan kaynak bulabilmektedir.

Kültür Merkezleri: Sahip olunan kültürel varlıklarının değerlendirilmesi amacıyla yapılan uygulamalardır. Genelde bu merkezler uygulamada müze şeklinde tasarlanmaktadır. (Durgun, 2006:82)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MARDİN İLİ TURİZM POTANSİYELİ

3.1. Mardin İli Mevcut Turizm Potansiyeli

Mardin ili çok dilli, çok dinli ve çok kültürlü yapısıyla çağlar boyu yerleşik olan uygarlıkların izlerini günümüze taşır. Bu yönüyle Mardin tarihi ve kültürel mimari zenginlikler taşır. Mardin’de farklı inançlar ve kültürlerin yanında mimari ve sanatsal açıdan da tarihi değeri olan camileri, türbeleri, manastırları, kiliseleri ve benzeri dini eserleri de bünyesinde barındırmaktadır. Olağandışı bir mimari ile yapılmış taş evleri ve taş konakları ile Mezopotamya ovasına bakan terasları yerli turistlerin olduğu kadar yabancı turistlerin de ilgisini çekmektedir. Çağlar boyunca farklı medeniyetler ev sahipliği yapmış olan Mardin dağın tepesinde kurulu ve kartal yuvasını andıran yerleşim yapısı ile de insanların ilgisini üzerine çekmektedir.

Mardin’de uluslararası kurum ve kuruluşlarca kültür mirası olarak kabul edilmiş, koruma altına alınmış birçok tarihi yapı mevcuttur. Mardin’in ekonomik yapısı genel olarak tarım, çiftçilik hayvancılık ve ticarete dayalıdır. İldeki ekonomik faaliyetlerin çoğu tarım ve hayvancılık alanlarında gerçekleşmektedir. Tarımdan sonraki en önemli ekonomik faaliyetlerden biri de ildeki sanayi ve ticaret oluşturmaktadır. Mardin Serbest Bölgesi ve Mardin Organize Sanayi Bölgesi gibi üretim ve sanayi bölgeleri bulunmaktadır. Mardin ilinin bu çok yönlü zenginliğin iyi ve verimli bir şekilde değerlendirilmesi durumunda hem kentin kalkınmasına hem de ülke turizmüne büyük bir katkı sağlayacağı şüphesizdir.

Mardin, TRC3 Bölgesi 2001 verilerine göre kişi başına 993 \$GSYİH ile Türkiye’nin en yoksul illerinden biridir. Bir toplumdaki gelir seviyesi bizlere tüketim harcamalarının dağılımı, toplumsal adalet, gelişmişlik ve yoksulluk düzeyleri hakkında bazı yargılara varmak açısından önemli veriler sunmaktadır (Toprak, 2012:9)

Bölgedeki yoksulluk ve reel gelirin düşüklüğü hakkında aynı derecede çarpıcı bir başka gözlem de tüketim harcamalarında gıda ve alkolsüz içeceklerin payına bakılarak yapılabilir. Türkiye genelinde hane halkları tüketim harcamalarının % 27,5’ini gıda ve alkolsüz içeceklere ayılırken bu oran TRC3 Bölgesi’nde % 48,8’e çıkmaktadır. İktisat teorisinde Engel Kanunu olarak bilinen kurama göre temel tüketim mallarından gıda ve alkolsüz içecekler için yapılan harcamaların gelire oranı gelir arttıkça azalmaktadır. Bu oranlar

arasındaki farkın bu kadar yüksek olması Türkiye ve TRC3 Bölgesi'nin ortalama bireyleri arasında çok önemli bir reel gelir farkının olduğunu göstermektedir. Üstelik Türkiye genelinde yıllar itibariyle istikrarlı olarak azalma eğilimi içinde olan bu oranın, bölge'de aynı trendi takip etmediği görülmektedir. Nitekim 2003-2005 yılları arasında 2,2 puan düşen söz konusu oranın, 2006 yılında 2,7 puan yükselerek başlangıç yılı seviyesinin üstüne çıktığı ve 2007 yılındaki hafif düşüşle 2003 yılı seviyesinin çok az altına indiği görülmektedir. Söz konusu oranların sergilediği değişim dikkate alınacak olursa, bölge halkının gelir düzeyinin Türkiye ortalamasına yaklaşma eğiliminden uzak olduğunu söyleyebiliriz (Tük, 2008).

Son yıllarda, bölgenin geçmişinde benzeri görülmemiş hızlı bir büyüme yaşanmıştır. 2009'dan bu yana GAP Bölgesini ziyaret için artan ilgi ve sonuçta oluşan talep otel yatırımlarında önemli bir artış yaratmıştır. 2009-2012 arasındaki 3 yılda Mardin otel kapasitesinde %90 artış gerçekleşmiştir. Kapasitedeki artış talep artışının üzerinde olmuş ve aynı dönemde ildeki otellerin ortalama doluluğu %34'den %23'e düşmüştür. Ancak, bölgedeki talebin yükselmeye devam ederken kapasitedeki artışın sınırlı kalması nedeniyle, günümüzdeki doluluk oranının yükselerek 2009 düzeyine geldiği anlaşılmaktadır (Mardin Turizm Stratejik Planı, 2014)

Turizm son yıllarda daha geniş kapsamlı olarak ele alınmış ve niteliğine göre sınıflandırılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre turizm farklı alanlarda farklı şekilde adlandırılmıştır (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, Mart.2015). Bunlardan Mardin ilinde uygulanabilecek olanların dikkate almamız daha mantıklı olacaktır. Bunları kısaca açıklayalım.

3.1.1. Yayla Turizmi

Yayla turizmi daha çok kırsal kesimde bulunan doğal ve kültürel değerlerin turizme kazandırılarak yerel halkın turizm gelirinden faydalanmasını sağlama amacına yöneliktir. Mardin bölgesi de gerek sahip olduğu iklim özellikleri, geleneksel yaşam biçimi, atlı doğa gezisi, yamaç paraşütü ve benzeri doğa sporlarına uygun alanlar uygun alanlar ile yayla turizmine son derece uygundur. Turistlerin yaylada yerel yemeklerden tatması, doğa ile içi içe yaşaması diğer turizm çeşitlerini destekleyici unsur olarak değerlendirilebilir. Bu tür bir turizm arzı turistlerin kalış sürelerini uzatılmasını sağlayabilir. Yayla turizminin geliştirilmesi bir takım çalışmaların yapılmasına bağlıdır. Bu bağlamda, kent merkezlerine ulaşımın kolay

olması, yöre halkının sosyal yapısının turizme yatkın olması, aktivitelerin ekonomik olarak devam ettirilmesi ve diğer turizm çeşitleri ile uyumunun sağlanabilir olması gerekmektedir. BU durum kırsal kesimde yaşayanların turizm gelirinden pay almasını sağlar ve turizm arz edilen turizm ürünlerinin çeşitliliğini de artırmış olur. (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, Mart, 2015).

3.1.2. Sağlık ve Termal Turizmi

Sağlık turizmi tedavi amaçlı kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi fizik tedavi, iyileştirme vb. gereksinimi olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm Sağlık turizmi kapsamına girer. Farklı tanımları olsa da, sağlık turizmini, ikamet edilen yerden başka bir yere (yurtiçi veya yurtdışı) her hangi bir sağlık sebebiyle hizmet almak için yapılan seyahatler olarak özetleyebiliriz (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, Mart, 2015).

3.1.3. Mağara Turizmi

Turizm ürünlerinin çeşitliliği bakımından gerek ülkemiz gerekse Mardin ili önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ülkemizde mağara araştırmaları 1964 yılında kurulan Mağara Araştırma Derneği (MAD) tarafından başlatılmıştır. Daha sonra ilk üniversite kulübü olan 1973 yılında Boğaziçi Üniversitesi Mağara Araştırma Kulübü (BÜMAK) kurulmuştur. 1979 yılında MTA Jeoloji Etütleri Dairesi bünyesinde kurulan Karst ve Mağara Araştırmaları Birimi, bugün mağara araştırmalarının büyük bir bölümünü gerçekleştirmektedir. Bu alanda Mardin'de yapılacak çalışmalar ve mevcut mağaraların turizme açılması buraya gelen turist sayısında artış meydana getirecek ve farklı bir turist profili oluşturacaktır. Bu nedenle turizme açılacak mağaraların yerleşim yerlerine yakın olması ve güvenli bir ulaşım alanına sahip olması gerekmektedir. Doğal yollarla oluşan mağaraların yanında insanların barınak, sığınak, ibadet yeri ve depolama amaçlı olarak oydukları veya kazdıkları yapay mağaralar da vardır. Bu tür mağaralar, arkeolojik ve kültürel değerler taşır ve turizm açısından da ilgi çekerek önem arz ederler (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, Mart, 2015).

3.1.4. Kültür Turizmi

Mardin'in bulunduğu coğrafya sadece, derin bir toplumsal ve siyasi tarihe değil, kültürel tarihe de sahiptir. Tarih boyunca birçok kavmin, etnik grubun ve dinsel cemaatin yurdu olmuştur. Mardin'de Hint-Avrupa dilleri (Türkçe-Kürtçe) ile semitik diller (Arapça-Süryanice) konuşulmaktadır ve bu diller birbirleriyle iç içe geçmiş haldedir. Ayrıca Artuklu, Karakoyunlu ve Akkoyunlular döneminde Mardin önemli bir kültürel ve siyasi merkez haline gelmiştir. Bütün bunların yanında Mardin Kürt kültürü ve siyasi hareketleri açısından da önemli bir yere sahiptir. Günümüzde, betimlenen bu dinsel ve etnik çeşitliliğin sürdüğünü söylemek güçtür. 19. Yüzyıldan başlayıp günümüze kadar devam eden dışarıya göçlerden dolayı sayıları giderek azalmakla birlikte, Mardin'de gayrimüslim olarak Süryani, Ermeni ve Keldani cemaatleri kalmıştır (Sarı, 2010: 38).

Şehrin esas yerleşim yeri Mardin Eşiği diye anılan dik yamaçlı bir yayla üzerine kurulmuştur. Dört mevsimin aynı anda yaşanmanın mümkün olduğu Mardin Habur ve Nusaybin sınır kapıları ile Orta doğunun bir geçiş kapısıdır. Bu özelliği ile de farklı kültürlerle her zaman ev sahipliği yapmıştır (Şenol, 2008: 45).

Mardin ili tarihsel süreç içinde Babiller, Asurlular, Hititler, Urartular, Persler, Selçuklular, Emeviler, Abbasiler, Anadolu Selçukluları, Artukoğulları ve Osmanlı İmparatorluğu Dönemlerinden beri bir yerleşim merkezi niteliğinde olması nedeniyle oldukça renkli bir kültürel yapıya sahiptir. Yine aynı nedenle il oldukça fazla tarihi kalıntılarla bezenmiştir. Güneydoğu illerinin en eski şehri ve bir dinin doğuşu ve yayılış merkezi niteliğindeki Mardin ili turizm kaynakları ve doğal güzellikler açısından zengindir.

İldeki önemli tarihi yapıtlar: Mardin Kalesi, Rabbat Kalesi, Dermetinen Kalesi, Zarzavan Kalesi, Savur Kalesi, Hafevantay Kalesi, Marin Kalesi, Aznavur Kalesi, Dara Kalesi, Kız Kalesi, Dara Harabeleri, Gınavaz Harabeleri, Merdis Marin Harabeleri, çok sayıda tarihi medrese, hanlar, tarihi nitelikteki camiler, türbeler ve kiliselerdir (Mardin Valiliği Resmi web sayfası,).

Mardin etnik ve dini gruplar açısından Türkiye'nin en fazla çeşitlilik gösteren illerinden birisidir. Bu özellik araştırma sahasının sıra dışılığını göstermektedir. Araştırma sahasında söz konusu bu kültürler Türkler, Araplar, Kürtler, Süryaniler, Ermeniler ve Yezidilerden oluşmaktadır. Bu çeşitlilik, kültürel turizm açısından, Mardin ilini diğer illerden

farklı kılan önemli bir özellik olmuştur. Söz konusu kültürel çeşitlilik tarihsel yapılar açısından da zenginlik yaratmıştır (Günel, 2005). Örneğin Mardin Müzesinde, Eski Tunç, Orta Tunç, Geç Tunç, İlk Demir Çağı, Assur, Urartu, Pers, Roma, Bizans, Selçuklu, Artuklu ve Osmanlı devirlerine ait seramikler, damga ve silindir mühürler, sikkeler, kandiller, figürünler, gözyaşı şişeleri, takılar ve vazolar sergilenmektedir. Müzede arkeoloji ve etnografya sergi salonları, kütüphane, konferans ve dinlenme salonları yer almaktadır (Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.mardinkulturturizm.gov.tr/TR,56506/muzeler-ve-oren-yerleri.html>, 2015)

3.1.5. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasıyla tanımayı sağlayan bir gözlem sporudur. Bir bölgenin kuş türü açısından zengin olması o yerin sulak alanlara sahip olması ve kuş göç yolları üzerinde bulunması ile alakalı bir olaydır. Türkiye'de kuş gözlemciliği son yıllarda dünyadaki gelişmelere paralel olarak hızla yayılmaktadır. Mardin'de de bu konuda bir araştırma yapılarak farklı kuş türlerinin varlığı ve sayısı tespit edilerek turizme kazandırılabilir (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, 2015).

3.1.6. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, bir bölgedeki konferans tesislerinin zenginliği ile ortaya çıkar. Bu tesislerin profesyonel hizmet sunması, uygun fiyatlarda olması ve ulaşılabilirliğinin rahat olması kongre turizmi için etkili olan koşullardır. Özellikle turistik otellerde bu tür olacakların olması turistik ürünler açısından zenginlik ve alternatif bir ürün olarak ortaya çıkar (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, 2015).

Son yıllarda gerek dünyada gerekse ülkemizde kongre turizmi gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Hem özel hem de resmi olan kurum veya kuruluşların kendi alanlarıyla ilgili olarak yaptıkları panel, seminer, sempozyum, çalıştay veya kongre gibi etkinlikleri farklı mekanlarda yapmak istemeleri kongre turizmini ortaya çıkarmış ve bu durum turizm firmaları tarafından turistik bir ürün olarak sunulmaya başlanmıştır. Mardin bu konuda kongre turizmine dâhil edilen şehir turlarıyla gündeme gelmektedir. Yapılacak iyi bir çalışma ve tanıtımla Mardin'de kongre turizmi ciddi anlamda ilgi çekici hale getirilebilir.

3.1.7. Kış Turizmi

Genellikle sınırlı olan turizm sezonunun tüm yıla yayılması ve turistik ürünlerde çeşitlilik sağlanması amacıyla, turizmin doğal ve temel kaynağı olan doğal ve kültürel değerlerin korunarak bölge ve ülke menfaati doğrultusunda kullanılması son derece önemlidir. Kış turizmi ülkemizde Erzurum, Kars, Erzincan ve Ardahan gibi belirli illere yayılmış olsa da yapılacak çalışmalarla yeni yerler turizme kazandırılabilir. Mardin iklimi ve düzensiz soğuk havası nedeniyle kış turizmi konusunda pek elverişli bir yer olmasa da kış sezonunda kongre turizmi ve benzeri turistik ürünlere ağırlık verilerek turizmin tüm sezona yayılması sağlanabilir. (Kültür ve T.B. Turizm Çeşitleri. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, 2015).

3.1.8. İnanç Turizmi

İnanç Turizmi; kutsal kabul edilen yerleri ziyaret etme, dinî törenlere katılma veya izleme, hac etme şeklindeki dinî vazifeleri yerine getirme amacı ile yapılan ziyaretlerin veya faaliyetlerin turizm anlayışı içerisinde değerlendirilmesidir (Küçük, 2003).

Mardin etnik ve dini gruplar açısından Türkiye'nin en fazla çeşitlilik gösteren illerinden birisidir. Bu özellik araştırma sahasının sıra dışılığını göstermektedir. Araştırma sahasında söz konusu bu kültürler Türkler, Araplar, Kürtler, Süryaniler, Ermeniler ve Yezidilerden oluşmaktadır. Bu çeşitlilik, kültürel turizm açısından, Mardin ilini diğer illerden farklı kılan önemli bir özellik olmuştur. Söz konusu kültürel çeşitlilik tarihsel yapılar açısından da zenginlik yaratmıştır (Günel, 2005).

3.1.9. Hava Sporları Turizmi

Hava sporları son yıllarda turistlerin en çok ilgi gösterdikleri turistik ürünlerinden bir haline gelmiştir. Yamaç paraşütü, yelken kanat, planör, paraşüt, balon gibi hava sporları turizmin sembolü haline gelmiştir. Mardin gerek coğrafik yapısıyla gerekse iklimiyle bu tür sporlara elverişli bir yerdir. Bugüne kadar bu alanlarda ciddi bir çalışma yapılmamıştır.

3.1.10. Gençlik Turizmi

Nüfusun büyük bir çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu Mardin'de, gerek yurt içinden gerekse yurt dışından gençler için daha çok gençlere yönelik aktiviteler yapılabilir. Burada bulunan gençlik dernekleri veya örgütleri desteklenerek ulusal ve uluslararası projeler yapılabilir.

Bunların daha çok kültür ve spor ağırlıklı olması ve kültürler arası iletişimi sağlayacak projeler olması gençler tarafından daha ilgi çekici olacaktır.

3.2. Mardin'in Coğrafi Durumu ve İklim Özellikleri

3.2.1. Coğrafi Konum

Mardin, doğudan batıya uzanan yaklaşık 1100 metre yükseklikteki eşiği birinde, Mezopotamya ovasına hâkim bir yerde kurulmuştur. Mardin'in batıda Şanlıurfa, kuzeyde Diyarbakır ve Batman, doğuda Siirt ve güneyde Suriye ile sınırı vardır. Mardin Eski dönemlerde batıyı doğuya ve kuzeyi güneye bağlayan ticari ve askeri yollar üzerinde yer alan Bağdat, Musul, Diyarbakır kervan yolları üzerinde bir kervan yeri ve merkez olarak çok zengin ve hareketli bir yaşama sahne olmuştur. Asya'yı Doğu Akdeniz'e bağlayan ve Mezopotamya'yı Doğu Anadolu'ya hatta Orta Anadolu'ya bağlayan tüm yollar antik çağlarda olduğu gibi günümüzde de Mardin ve çevresinden geçmektedir. Gerek bu stratejik durumu gerekse ekonomik durumu nedeniyle en eski prehistorik çağlardan itibaren yoğun bir şekilde yerleşime sahne olmuştur(Kültür ve Turizm Envanteri, 2001).

Mardin 889 km² yüzölçümü ile 36 55 - 38 51 Kuzey Enlemleri ve 39 56 - 42 54 Doğu Boylamları arasında yer alır. Mardin topraklarının % 4.8 ini kaplayan dağlar doğu-batı istikametinde uzanır ve ovidan ortalama 600 metre yükseklikte çok geniş bir kütle oluşturur. Yükselti bazı kesimlerde 1000 metre üzerine çıkar. Dağlar genellikle çıplaktır. Büyük bölümü kalkerli olduğundan çatlaklar ve yarıklar oluşmuştur. Yüzey suları çatlaklardan dibe çekilmekte ve ovalara yakın platolarda yüzeye çıkmaktadır. Killi ve kireçli yapılı topraklarda Mardin, Mazıdağı, Derik, Midyat, Savur ve Nusaybin'in yükseklerinde meşe ağaçlarına rastlanır. Dağların kalkerli kesimleri Hızla aşınarak platolara dönüşmüştür. Bu platolar yer yer yüzeye çıkanlar lakaplıdır. Mardin'de Gümüş Çayı, Çağçağ Suyu ve Savur Çayı yanı sıra Seyhan Deresi ve Yeşilli Gülzar Deresi bulunmaktadır. Dicle ve Fırat nehirlerinin kolları il topraklarında koridor oluşturmuştur. Dicle Vadisi ile Kızıltepe, Mardin ve Nusaybin Ovaları mevcuttur. İklim olarak Akdeniz iklimi ile karasal iklimin ortak özelliklerine sahiptir. Yazları çok sıcak ve kurak, kışları ise yağışlı ve soğuktur (Mardin Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015).

Mardin'in bugün bulunduğu yerde kurulmasının aşağıdaki coğrafi unsurlara bağlı olduğu söylenebilir:

- a. Savunmaya elverişli topografya şartları,
- b. Güneyde bulunan oldukça verimli Kızıltepe ovasının sağladığı avantaj,
- c. Kurulu bulunduğu yerde insan hayatı için vazgeçilmez bir unsur olan suyun varlığı,
- d. Tarihi yolların yakınında bulunması.

Çeşitli ve farklı amaçlarla oluşan tarihi Mardin şehri, günümüzde önemli bir rol daha yüklenmeye başlamış ve kültür turistlerine sunulabilecek önemli çekiciliklerden birisi haline gelmiştir. Gerçekten de şehirdeki dini tesislerin kapladığı alana bakıldığında durum daha iyi anlaşılmaktadır (Günel, 2005).

3.2.2. İklim ve Bitki Örtüsü

Mardin ilinin iklimi üzerinde kuzeydeki yüksek dağlar etkili olmaktadır. Bölgede kış döneminde oluşan yüksek basınç alanı, kış aylarının soğuk geçmesine yol açar. Bir yandan güneydeki çöl ikliminin etkisi altında bulunması, bir yandan kuzeydeki yüksek dağların serin hava kütlelerinin bölgeye girişini engellemesi nedeniyle ilin genelinde yazlar çok sıcak geçerken karasal iklimin tipik özelliği görülür. Ancak Derik, Nusaybin ve Savur ilçelerinde pamuk, fındık ve zeytin gibi ürünlerin yetişmesi mikro klima özelliğinin yörede hüküm sürerken Akdeniz iklimi ile karasal iklimin ortak özelliklerine sahiptir.

3.2.3. Mardin'in Demografik Yapısı

Mardin nüfusu, Türkiye'nin ortalama nüfus hızından daha hızlı artmakta ancak Güney Doğu Anadolu Bölgesi nüfusundan daha yavaş artmaktadır. Türkiye genelinde doğurganlık hızı 2.65 iken Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 4.37 Mardin'de ise 5.59 dur (Noyan, 2008).

Burada dikkat çeken en önemli husus Mardin'deki genç bağımlılık oranı (% 63) ile kent nüfus oranıdır (%96). Kentte yaşayan insanlar kırsal kesimde yaşayan insanlardan daha fazladır. Bu durum kentli nüfusun kırsal nüfusa oranlar fazla olduğunu göstermektedir.

3.3. Mardin'de Ekonomik ve Sosyal Yapı

3.3.1. Genel Nüfus Özellikleri

Mardin'de farklı etnik ve dini kimlikler bulunmaktadır. Bunlar, Kürtler, Araplar, Süryaniler, Türkler, Ermeniler, Keldaniler ve Yezidilerdir. Mardin tarih boyunca birçok kavmin, etnik grubun ve dinsel cemaatin ana yurdu olmuştur. Bu açıdan farklı kültürleri bir arada barındırması ve kültür zenginliği oluşmuştur (Noyan, 2008).

3.3.2. İstihdam Durumu

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (Tüik) 2013 yılı için yayınlamış olduğu yayınlamış Mardin ilindeki temel işgücü göstergeleri, işgücüne katılım, işsizlik ve istihdam gibi önemli göstergelerden oluşmaktadır. Tüik hane halkı işgücü araştırması sonuçlarına göre, Mardin'deki işgücüne katılma oranlarının, yıllara göre değişimi ve bölgesel/ulusal verilerle karşılaştırılması aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bu tabloda Mardin ili için iş gücüne katılma oranında yıllara göre değişimi göstermekte ve işgücünün yıllara göre her yıl için artış gösterdiği görülmektedir.

Tablo 1. Mardin'de İşgücüne Katılım Oranının Yıllara Göre Değişimi

İşgücüne Katılma Oranı (%)	2008	2009	2010	2011	2012
Mardin	30,9	32,3	36,5	34,1	35,3
Türkiye	30,7	31,5	36	33,9	35

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2014

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi, Türkiye'de işgücüne katılma oranlarındaki artışa paralel olarak Mardin'de de artış eğilimi gözlenmiş ve bu oran %30,9'dan %36,5'e yükselmiştir. Ancak bu artış sürekliliğini koruyamamış ve 2012 yılında %35,3'e gerilemiştir (Tablo 1).

İstihdam durumu açısından Mardin'deki istihdam oranının yıllara göre değişimi, ulusal verilerle karşılaştırıldığında ise, yine 2008-2010 yılları arasında istihdam oranının artış eğilimi göstererek %25,7'den %33,2'ye yükseldiği görülmektedir (Tablo 2). Ancak 2010-2012 dönemi arasında, Mardin'de bu oran %27,9'a kadar düşmüş ama yine de Türkiye ortalamalarının çok gerisinde kalmaktadır.

Tablo 2. Mardin'de İstihdam Oranının Yıllara Göre Değişimi

İşgücüne Katılma Oranı (%)	2008	2009	2010	2011	2012
Mardin	25.7	28.2	33.2	29.9	27.9
Türkiye	41.7	41.2	43.0	45.0	45.4

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2014

Mardin'deki işsizlik oranına bakıldığında, 2008-2010 dönemi arasında azalma eğilimi göstererek, 2010 yılında % 9,1'e kadar düşmüştür. Ancak 2010 yılından sonra, Mardin'de

işsizlik oranı artış eğilimi göstererek 2012 yılında %20,9'a yükselmiş ve 2008 yılı (%17) oranını da geçmiştir (Tablo 3). Türkiye ortalamalarıyla kıyaslandığında ise, Mardin'deki işsizlik oranı 2012 yılında Türkiye ortalamasının (%9,2) 2 katına yükselmiştir.

Tablo 3. Mardin'de İşsizlik Oranının Yıllara Göre Değişimi

İşsizlik Oranı (%)	2008	2009	2010	2011	2012
Mardin	17.0	12.8	9.1	12.3	20.9
Türkiye	11.0	14.0	11.9	9.8	9.2

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2014

Turizm alanında yapılacak yatırımlar direk ve veya dolaylı olarak hem işsizlik hem de istihdam oranlarını etkileyecek ve netice itibariyle istihdam durumu artacaktır. Turizm daha çok emek yoğun bir sektör olduğundan dolayı turizm alanında kullanılacak işgücü sayısı artacaktır.

3.3.3. Eğitim Durumu

Mardin'de altı yaş ve üzeri nüfus içinde okuma yazma bilenlerin oranı erkeklerde % 93, kadınlarda % 79'dur. İl'de eğitim kurumlarının idari ve teknik imkânlarının, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Türkiye geneline göre değerlendirildiğinde yeterli olmadığı görülmektedir.

Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi, Endüstri Meslek Lisesi ve Halk Eğitim Merkezlerinin varlığı ise, sanayinin nitelikli eleman ihtiyacına cevap verebilmesi açısından son derece olumlu bir gelişmedir.

5 adet YİBO' da 611 kız ve 721 erkek olmak üzere toplam 1.332 öğrenci eğitim görmektedir.4+4+4 eğitim sistemi kapsamında; 2012-2013 eğitim-öğretim döneminde birinci sınıfa kayıt olan öğrenci sayısı 27.423 iken, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında 5.124 azalışla 22.299 olmuştur. Dokuzuncu sınıfa kayıt olan öğrenci sayısı 2012-2013 yılında 13.052 iken, 2013-2014 eğitim-öğretim döneminde 16.305'tir.

Taşınmalı eğitim kapsamında ilimizde 32.380 öğrenci taşınmakta olup, söz konusu hizmetin toplam maliyeti 46.955.334 TL'dir. Taşınmalı eğitimin 2013-2014 eğitim-öğretim yılında öğrenci başına maliyeti 1.451 TL olarak gerçekleşmiştir

İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı özel yurtlardaki yatak kapasitesi 778'dir. Bu özel yurtlardan 21'i kız 336'sı erkek öğrenci olmak üzere toplam 357 öğrenci faydalanmaktadır. Kredi Yurtlar Kurumunun Mardin Yurt Müdürlüğü'ne bağlı yurtlarının toplam yatak kapasitesi 632 (erkek:200, kız:432) olup bu yurtlarda 102 erkek, 276 kız öğrenci barınmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. 2014 Yılı itibariyle Mardin'deki öğrenci yurtlarındaki yatak kapasitesi

Yurt Türü	YATAK KAPASİTESİ		
	KIZ	ERKEK	TOPLAM
Özel Öğrenci Yurtları	73	705	778
Yurt Kur	432	200	632
TOPLAM	273	1137	1.410

Kaynak: Mardin İl Milli Eğitim Müdürlüğü 2013-2014 Yılı verileri

Tablo 5. Mardin'de 2013-2014 Eğitim-Öğretim Yılı İl Geneli Devlet ve Özel Okul durumu

Okul Türü	Okul Sayısı	Derslik Sayısı	Öğrenci Sayısı	Öğretmen Sayısı	Okullaşma Oranı (%)
Okul Öncesi	36	485	11.051	578	27,72
İlkokul	627	3.194	88.539	2.763	100
Ortaokul	233	1.001	79.857	3.526	91,61
Ortaöğretim	89	1.354	44.365	2.427	58,47
Toplam	985	6.034	223.812	9.294	-

Kaynak: Mardin İl Milli Eğitim Müdürlüğü 2013-2014 Eğitim ve Öğretim Yılı

Tablo 6- 2013–2014 Eğitim-Öğretim Yılı İl Geneli Devlet Ve Özel Okul Durumu

Öğrenci Sayısı	İlkokul+Ortaokul	Ortaöğretim
Derslik Başına Düşen Öğrenci Sayısı	40	33
Öğretmen Başına Düşen Öğrenci Sayısı	23	18

Kaynak: Mardin İl Milli Eğitim Müdürlüğü 2013-2014 Eğitim ve Öğretim Yılı

Artuklu Üniversitesi

17.05.2007 gün ve 5662 sayılı Kanunla kurulan Mardin Artuklu Üniversitesi'nin yerleşke alanı olarak kullanılmak üzere, ilimiz merkezine bağlı Akbağ Köyü sınırları içerisinde 3.180.500 m² büyüklüğünde bir alan tahsis edilmiştir. Bu alanın master planı İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından hazırlanmıştır.

İl Özel İdaresi tarafından yapılan Atatürk Kültür Merkezi, Güzel Sanatlar Fakültesi ve Rektörlük Binası olarak kullanılmak üzere Üniversiteye tahsis edilmiştir. Artuklu Üniversitesinde 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında 3.955 öğrenci, 382 akademik personel ile eğitim faaliyetleri sürmektedir.

-Üç Enstitü (Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü ve Yaşayan Diller Enstitüsü)

-Altı Fakülte (Edebiyat Fakültesi, Mimarlık-Mühendislik Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler, İlahiyat Bilimleri Fakültesi, Fen Fakültesi)

-Üç Yüksekokul (Sağlık Yüksek Okulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, 1 Konservatuar)

- Beş Meslek Yüksekokulu (Mardin MYO, Sağlık Hizmetleri MYO, Midyat MYO, Kızıltepe MYO, Nusaybin MYO)

Artuklu Üniversitesinde 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında 3.955 öğrenci, 382 akademik personel ile eğitim faaliyetleri sürmektedir (Mardin Valiliği Web sitesi, 2015).

3.3.4. Mardin ilinde Sağlık Hizmetleri

Mardin özellikle son yıllarda ülkemizde sağlık alanında yapılan yatırımlardan ve gelişmelerden az dahi olsa fayda elde etmiştir. Sağlık alanında yapılan yeni düzenleme ile Mardin ilinde bulunan sağlık kuruluşları yeni bir sistemle sağlık hizmetlerini vermeye başlamıştır. Nüfusa oranla baktığımızda ilde sadece bir adet devlet hastanesi ve bir adet özel

hastanenin bulunması ve bunlarında yeterli yatak kapasitesine sahip olmaması sağlık açısında sorun teşkil etmektedir. Bu durum direk veya dolaylı olarak ildeki turizm potansiyelini de etkilemektedir. Mardin'deki mevcut sağlık durumu ile ilgili olarak bazı veriler aşağıdadır.

Tablo 7.Mardin İli Sağlık Göstergeleri, Türkiye, 2013

	Uz. Hekim	Pr. Hekim	As. Hekim	Toplam Hekim	Diş Hekimi	Eczacı	Hemşire	Ebe	Diğer Sağlık Personeli
Mardin	301	380	0	681	105	155	859	367	961

Kaynak: Sağlık İstatistikleri, 2013

3.3.5. Tarım Sanayi ve İnşaat Sektörü

Mardin ili tarihi kültürel ve doğal varlıklarıyla beraber geniş çaplı tarım arazilerine de sahiptir. Aşağıdaki tabloda Mardin ili ile ilgili bazı tarımsal veriler bulunmaktadır.

Tablo 8: Tarım alanlarının dağılımı ve üretim miktarı

	Alan (da)	2013, Üretim, ton
Tarla Bitkileri	2.686.923	1 Milyon 486 Bin
Meyve	387.712	187 Bin
Sebze	91.290	188 Bin

Kaynak: TUIK, TRGM, 2014

Mezopotamya ovasında bulunan geniş tarım arazileri Mardin için ekonominin ya da tarım endüstrisinin can damarını oluşturmaktadır. Yukarıdaki bilgilerden de anlaşılacağı üzere Mardin gerek iklim yapısı gerekse son yıllarda tedarik edilen su nedeniyle bölgedeki tarımın olumlu etkilendiği söylenebilir. Mardin'de organik tarıma uygun arazi yapısının bulunması, verimlilik açısından son derece önemlidir. Sanayi bitkileri yetiştirme bakımından verimli tarım arazileri bulunmaktadır.

Mardin'in ekonomik yapısı içerisindeki sanayisinin geçmişe dayanan uzunca bir geçmişi bulunmaktadır. Esasen şehrin ekonomisine ilişkin ilk bilgiler İslam uygarlıkları dönemine netleşmeye başlar. Halife Ömer döneminde İyaz b. Ganm tarafından fethedilen

(640) şehrin sanayisine ilişkin olarak Ergani Bakır ocaklarından çıkarılan madenin o dönemin sanayi şehri olan Mardin, Diyarbakır ve Siirt'teki bakır atölyelerine gönderildiği kaynaklardan anlaşılmaktadır. Selçuklular döneminde (1084) dokuma sanayisi hayli gelişmiş olan Mardin'de kaliteli pamuk üretilerek, bu pamuktan üretilen dokumaların iç ve dış ticarete pazar buldukları bilinmektedir. Tarımsal üretimde de iyi bir konumda olan şehrin buhari türü kumaş üretiminde uzmanlaştığı ve İlhanlılara verilen vergiler arasında yıllık 3000 kıta sof, 1000 kıta murabba ve 1000 kıta adiyeye ödemek zorunda olduğu anlaşılmaktadır. İbn Batuta da Mardin, Muş, Musul ve Bağdat, brokar (Altın ya da gümüş işlemeli, çiçekler yapraklar ve diğer süslerle bezenmiş ipek kumaş) ve pamuklu kumaşlarının her yerde tanındığını ve meşhur olduklarını belirtir. Daha sonraki yıllarda özellikle GAP yatırımları kapsamında Küçük Sanayi Sitesi (1994) ve Organize Sanayi Bölgesi kurulmuştur. 1994 yılında Serbest bölge faaliyete geçmiştir. Bununla birlikte istenen düzeyde olmasa da sanayinin gelişmesine başlangıçta İl Özel İdaresi, Kalkınma Bankası ve Kamu İktisadi Kuruluşlarının önderliğinde kurulan sanayi tesisleri öncülük etmişlerdir. Bu tesislerden en önemlileri: Mardin Çimento Fabrikası, KİDAŞ İplik Fabrikası, Güneydoğu Anadolu Fosfat İşletmeleri, Yem Fabrikası, Boru ve Kireç Fabrikasıdır. Mardin, ekonomisi ağırlıklı olarak tarıma dayalı olup, son yıllarda özellikle tarıma dayalı sanayileşme büyük hız kazanmıştır. İlde büyük, orta ve küçük ölçekli sanayi işletmeleri bulunmaktadır (Tüik, 2013).

3.4. Mardin'deki Turizm Arz ve Talebi

Mardin'deki turizm arzını analiz etmeden önce turizm arzının ne anlama geldiğini anlamakta fayda vardır. Turizm arzı; belirli şartlar altında bir ülke, bölge ya da turistik merkezin turistlere satmaya hazır olduğu zenginliklerdir. Diğer bir deyimle, turistlerin seyahat ve geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerini karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet ve doğal zenginlikler ya da bunların birleşiminden meydana gelen, belirli bir fiyat ya da bedelsiz olarak sunulan tüm kapasitedir. Turizm arzı farklı şekilde ortaya çıkar. Örneğin, bir ülke ya da bölgenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu arz vardır ve turistlerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkân sağlayan turistik hizmetler vardır. Bütün bu bileşenleri dikkate alacak olursak Mardin'deki tarihi, dini ve kültürel değerler turizm açısından önemli bir arz oluşturmaktadır. Ancak bunların turistlere ve diğer ziyaretçilere sunulması için profesyonel bir çalışmanın yapılması gerekmektedir.

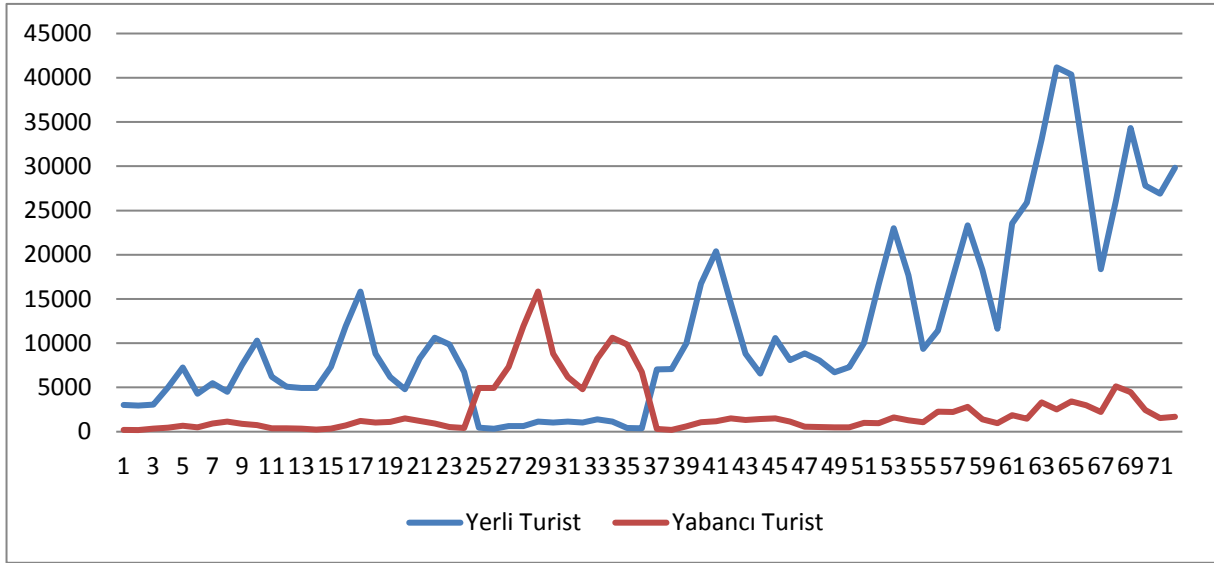
Turizm arzı diğer sektör işletmelerinin arzlarından bazı temel özelliklere sahiptir. Turizm arzının oluşturulması için büyük yatırımlar gerekmektedir. Örneğin bir konaklama

işletmesinin bitirilerek faaliyete başlaması için belirli bir süre ve maliyet gerekmektedir. Ayrıca turizm yatırımlarında ikame olanaklarının yüksek olması bu alandaki risklerin dağıtımını güçleştirmektedir. Turizm arzını oluşturan faktörlerin birçoğu dağ, deniz, güneş gibi kaynaklara bağlıdır ve bu ürünlerin ekonomik olarak, başka bir sektöre değerlendirilmesi mümkün değildir. Turizm kaynaklarının doğal olması çoğaltılmalarını mümkün kılmamaktadır. Kısa dönemde fiyat değişimleri karşısında, turistik arz tepkisi yetersizdir. Dolayısıyla turizm piyasasını yönlendiren ve etkileyen ana faktör turizmde meydana gelen taleptir. Yukarıdaki hususlara bağlı olarak Mardin'deki turizm arzının gelişimi yine turizmdeki talebe bağlı olarak her yıl gözden geçirilmesi gerekmektedir. Mevcut durumda hazır olan turizm arzı özellikle konaklama işletmeleri hafta sonları gelen turistler için yetersiz kalmakta ancak hafta içi de yoğunluk olarak boş kalmaktadır. Sadece hafta sonlarında yoğun olan turizmin diğer günlere de yayılması için yeni turizm arzlarının oluşturulması gerekmektedir.

Turizm arzının bağlı olduğu turizm talebi; yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların turistik mal ve hizmetlerden, belirli bir piyasada belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak rasyonel ya da irrasyonel sebeplerle belirli bir dönemde satın almaya ya da yararlanmaya karar verdikleri miktarlardır. Yani herhangi bir turist belirli bir fiyat seviyesinde elde etmek istediği ya da yararlanmak istediği turistik mal ve hizmetlerin bütünüdür. Bunları da yurt içi ve yurtdışı turizm talebi olarak ikiye ayırmak mümkündür. Biri ulusal sınırlar içerisinde turistik ihtiyacını karşılama diğeri de ulusal sınırlar dışında turistik ihtiyaçlarını karşılar (Öztaş ve Karabulut, 2006:46).

Mardin'de turizm talebi yoğunlukla yurt içi ile ilgilidir. Buraya gelen turistler genellikle yerli turistlerdir yani Türkiye'nin diğer illerinden gelen kişilerdir. Yurtdışından gelen turistler azınlıktadır. Bu durum iki neden dayandırılabilir. Birincisi Mardin'deki turizm arzı daha çok yerli turiste yöneliktir. Doğa, tarih ve inanç turizmi daha çok yerli turiste hitap etmektedir. Gelen turistler tarihi ve kültürel mekânları ziyaret ederler. Deniz, eğlence, güneş ve uzun süreli dinlenme amacını taşıyan turistler burarla gelmezler. Diğer bir sebep de Mardin'in sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel turizm kaynaklarının yurtdışında yeterince tanıtılmamış olmasına dayandırılabilir. Turizm arzında yapılacak artış veya yeni yatırımlar dış turizm talebini artırabilir.

Tablo 10: Döneme göre Yerli-yabancı Turist sayıları (2009-2014)



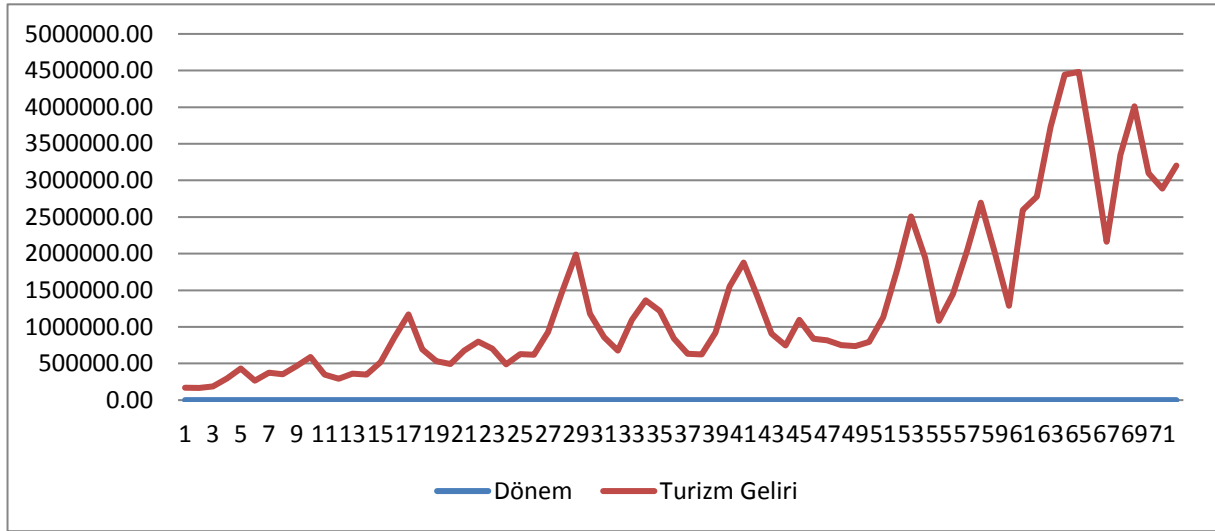
Tablo 9’da (Ek-2’ye bakınız: Mardin İli 2009-2014 Dönemi Aylık Turizm Gelişim Durumu) görüldüğü gibi, Mardin’e gelen yerli ve yabancı turist sayıları birbirinden oldukça farklıdır. 2012 yılında Mardin’e gelen yabancı turist sayısı yerli turist sayısından fazla olduğu görülmektedir. O yılda özellikle yabancı firmaların turistleri tarihi ve inanç turizmi kapsamında Mardin’e getirmesi etkili olduğu düşünülebilir. Son yıllarda ki yabancı turist sayısındaki düşüş ise daha çok politik e terör sebeplerine bağlanabilir. Mardin merkez de ve tarihi ve turistik yerlerinde herhangi bir olay olmamasına rağmen kırsal alanlar da bile meydana gelen bir olayda Mardin adı anıldığı içi yabancılar gelmekten vazgeçebilmektedirler ve bu sebepten dolayı da rezervasyonlarını da iptal etmektedirler. Ancak buralara gelerek ortamı gören turistler döndüklerinde anlattıkları gelmek isteyen diğer insanları da olumlu etkilemektedir.

Tabloda 9’da görüldüğü gibi turistler daha çok bahar ve sonbahar aylarında Mardin’e gelmektedir. Karasal iklim nedeniyle yaz aylarında aşırı şekilde meydana gelen sıcaklıklardan dolayı insanlar buralara daha çok ilkbahar veya sonbahar dönemlerinde gelmeyi tercih etmektedirler.

Son yıllarda özellikle terör haberlerinin azalması ve ulaşım rahatlığının yanında Mardin’in taş evleri, tarihi ve kültürünün Ankara ve İstanbul gibi büyükşehirlerde tanıtımının yapılmasından dolayı buraya gelen yerli turist sayısında dikkat çekecek ölçüde bir artış olmuştur. 2014 Yılı sonlarında meydana gelen 6-7 Ekim olayları nedeniyle Mardin otellerinde

yapılan birçok rezervasyon iptal edilmiştir. Bu durum turist sayısının hızlı düşmesine sebep olmuştur. Ancak halkın sağduyusu ve barış çabalarından dolayı yerli turist sayısı tekrar artmaya başlamıştır. Gerek dışarıya verilen güvenlik izlenimi ve gerekse dış dünyadaki tanıtım eksikliğinden dolayı yabancı turist sayısında ciddi bir artış olmamaktadır.

Tablo 11: Mardin Turizm Geliri (2009-2014)



Tablo10’da görüldüğü gibi 2009 yılından itibaren Mardin’deki turizm geliri periyodik olarak 2014 yılına kadar düzenli bir artış göstermiştir. Turizm geliri gelen turist sayısı ile mantıksal olarak doğru orantılıdır yani gelen turist sayısındaki artış aynı şekilde doğal olarak turizm gelirini de artırmaktadır.2014 yılında en yüksek düzeyde turizm geliri elde edilmiştir. Turizm geliri özellikle bahar aylarında yani ilkbahar ve sonbahar dönemlerinde artış göstermektedir ki bu Mardin’in karasal iklimi nedeniyle yazın oluşan sıcaklıklardan kaynaklandığı söylenebilir. Bu nedenle yıl içerisindeki dalgalanmalar mevsimlere göre farklılık göstermektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırmamız kapsamında Mardin ili merkezinde otel yöneticilerine uygulanan anket sonuçları değerlendirilmektedir.

4. 1. Demografik Veriler

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 34'ü bir ile üç yıl arası, % 26'sı 11 ve daha fazla süre, % 23'ü dört ile altı yıldır faaliyet göstermekte olduğu belirlenmiştir.

Tablo 12: Turizm İşletmesinin Faaliyet Süresi

Faaliyet Süresi	Sayı	Yüzde (%)
1 ila 3 yıl arası	40	33,6
4 ila 6 yıl	27	22,7
7 ila 10 yıl	21	17,6
11 ve daha fazla	31	26,1
Toplam	119	100,0

Tablo 12'de görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinin çoğunluğunun bir ile üç yıl arasında (%34) faaliyet gösterdiği, %26'sının 11 yıl ve daha fazla süre, %23'ünün ise 4 ila 6 yıl arasında faaliyet gösterdiği görülmektedir. Buna göre, Mardin'de bulunan turizm işletmelerinin oldukça yeni olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 43'ünün çalışan personel sayısı sıfır ile on kişi arasında, % 26'sının 11 ile 20 kişi arasında, yine % 26'sın da 31ve daha fazla sayıda çalışan personel bulunmaktadır.

Tablo 13: Turizm İşletmesinde Çalışan Personel Sayısı

Personel Sayısı	Sayı	Yüzde (%)
0-10 kişi	51	42,9
11-20 kişi	31	26,1
21-30 kişi	6	5,0
31 ve üstü	31	26,1
Toplam	119	100,0

Tablo 13’de görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinin çoğunluğunun %43 sıfır ile 10 kişi arasında personel çalışmakta olduğu, söylenebilir. Bu durum Mardin’de faaliyet göstermekte olan turizm işletmelerinin çoğunluğunun küçük işletmeler olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinde çalışan personelin % 43’ü üniversite eğitimi almış, %39’u Lise, %10 ilköğretim mezunu ve yalnızca çok azının (% 3) yüksek lisans eğitimi aldığı belirlenmiştir.

Tablo 14: İşletmede Çalışan Personelin Eğitim Durumu

Personelin Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde (%)
İlköğretim	12	10,1
Lise	47	39,5
Üniversite	51	42,9
Yüksek Lisans	4	3,4
Hiçbiri	5	4,2
Toplam	119	100,0

Tablo 14’de görüldüğü gibi araştırmadan elde edilen bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan turizm işletmelerinde çalışan personelin çoğunluğunun üniversite eğitimi aldığı söylenebilir. Bu sonuçlara göre Mardin ilindeki turizm işletmelerinde çalışan personelin çoğunluğunun yüksek eğitilmiş olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 44’ünde çalışan personelin yabancı dil olarak Arapça bildiği , % 39’nun İngilizce bildiği , % 1,7’sinin ise Almanca bildiği belirlenmiştir.

Tablo 15: İşletmede Çalışan Personelin Yabancı Dil Durumu

Personelin Yabancı Dil Durumu	Sayı	Yüzde (%)
İngilizce	46	38,7
Almanca	2	1,7
Rusça	4	3,4
Arapça	53	44,5
Diğer	14	11,8
Toplam	119	100,0

Tablo 15’te görüldüğü gibi araştırmadan elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinde yabancı dil olarak en çok Arapça bilinmektedir. Bu durum bölgenin sınıra komşu olması ve dolayısıyla yerel halkın konuşma dili olarak Arapçayı da kullanmalarıyla ilgili olduğu şeklinde yorumlanabilir. İngilizce ise % 39 ile önemli bir düzeyde, ikinci sırada yer almaktadır.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 42’si reklam ve tanıtım faaliyetleri yapmakta, % 18’i reklam ve tanıtım yapmamakta , % 20’lik bir kısım da reklam ve tanıtım faaliyetlerini çok az yapmamakta, %19 yeterince reklam ve tanıtım faaliyeti yaptığını ifade etmiştir. (Tablo 5).

Tablo 16: İşletmenin Turistlere Yönelik Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri

Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri	Sayı	Yüzde (%)
Evet	50	42,0
Hayır	22	18,5
Yeterince	23	19,3
Çok az	24	20,2
Toplam	119	100,0

Tablo 16’te görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinin reklam ve tanıtım faaliyetlerine çok önem vermedikleri şeklinde yorumlanabilir. Mardin fiziki yapısına bakıldığı zaman şehir merkezine giden tek bir caddenin olması ve isimleri önceden bilinen konakların ve butik otellerin olması bu konuda etkili olabilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 47’si reklam ve tanıtım faaliyetlerinde internet gibi medya araçlarını kullanmakta, %33’ü reklam ve halkla ilişkileri, % 20’si de reklam ve tanıtım faaliyetlerinde promosyon ürünleri kullanmaktadır (Tablo 6).

Tablo 17: İşletmenin Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerinde Kullandığı Araçlar

Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerinde Kullanılan Araçlar	Sayı	Yüzde (%)
Promosyon Ürünleri	24	20,2
İnternet gibi medya araçları	56	47,1
Reklam ve Halkla İlişkiler	39	32,8
Toplam	119	100,0

Tablo 17’de görüldüğü gibi, elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinin yarısına yakın bir kısmı reklam ve tanıtım faaliyetlerinde internet gibi medya

araçlarını kullanmaktadır. Bu durum ildeki işletmelerde promosyon, reklam ürünü kullanımının çok yaygın olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 36'sında ile gelen turistlerin ortalama kalış süresi iki gece, % 29'unun üç gece, % 18'inin ortalama kalış süresi dört gece, %17'sinin ise bir gecedir.

Tablo18: İşletmeye Gelen Turistlerin Ortalama Kalış Süresi

Turistlerin Ortalama Kalış Süresi	Sayı	Yüzde (%)
Bir gece	20	16,8
İki gece	43	36,1
Üç gece	35	29,4
Dört gece	21	17,6
Toplam	119	100,0

Tablo 18'te görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerine gelen turistler çoğunlukla ilde iki gece kalmaktadır. Bu durum Mardin'e gelen turistlerin Mardin'de uzun süreli kalmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Konuyla ilgili kurum ve işletmelerin gelen turistlerin ilde daha fazla kalmalarına yönelik, kültürel faaliyetler, kısa geziler, tanıtım toplantıları gibi faaliyetler yapmaları, yapılan faaliyetleri artırmaları önerilebilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 69'u turistlerin Mardin'e geliş amacın kültür olduğunu, % 23'ünün geliş amacının eğlence ve dinlenme, %4'ü iş amaçlı, %3'ü sağlık nedeniyle ve % 0,8'nin de ile geliş amacının sportif amaçlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 19: İşletmeye Gelen Turistlerin Genel Olarak Mardin'e Geliş Amaçları

Turistlerin Mardin'e Geliş Amaçları	Sayı	Yüzde (%)
Eğlence-Dinlenme	27	22,7
Kültür	82	68,9
İş	5	4,2
Spor	1	0,8
Sağlık	4	3,4
Diğer	0	0
Toplam	119	100,0

Tablo 19'te görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerine gelen turistlerin çoğunluğu kültürel amaçlı geldikleri söylenebilir. . Bu durum Mardin'de Kültür Turizminin cazibe haline geldiği ve bu konuda daha da gelişmeler sağlanmasının faydalı olacağı, bunun yanı sıra eğlence-dinlenme ve sağlık turizmi konusunda da çalışmalar yapılması gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 35'ine son beş yılda gelen turist sayısının orta düzeyde arttığı, %33'ünde az artış olduğu, %24'ünde ise hiç değişmemiş olduğu, % 8'ine de gelen turist sayısının çok arttığı belirtilmiştir.

Tablo 20: Son Beş Yılda İşletmeye gelen Turist sayısındaki Artış

Son beş yılda İşletmeye gelen Turist Sayısındaki Artış	Sayı	Yüzde (%)
Hiç değişmedi	29	24,4
Az artış oldu	39	32,8
Orta düzeyde arttı	41	34,5
Çok arttı	10	8,4
Toplam	119	100,0

Tablo 20’da görüldüğü gibi, elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinde son beş yılda ciddi anlamda turist artışı olmasa da orta düzeyde bir artış olması bölgede güvenlikle ilgili olumlu gelişmelerin etkisinden olduğu söylenebilir. Bu olumlu gelişmelerin yanı sıra Turizm alanında yeterli seviyede tanıtım ve yatırım çalışmalarının yapılması da gelen turist sayısını artırmak anlamında fayda sağlayacaktır.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 45’i herhangi bir tur operatörü veya acentesiyle çalışmamakta, %42’si çalışmakta, % 13’ü de bir tur veya seyahat acentesiyle çalışmayı düşünmektedir.

Tablo 21: İşletmenin Çalıştığı Tur veya Seyahat Acentesi

İşletmenin Çalıştığı Tur veya Seyahat Acentesi	Sayı	Yüzde (%)
Evet	50	42,0
Hayır	53	44,5
Düşünüyorum	16	13,4
Toplam	119	100,0

Tablo 21’da görüldüğü gibi elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan turizm işletmelerinin çoğunluğu herhangi bir tur veya seyahat acentesiyle çalışmamakla birlikte bir o kadarı da bir acenteye çalışmaktadır. Bu durum Mardin il merkezindeki turizm işletmelerinin herhangi bir tur veya seyahat acentesiyle çalışma durumlarının daha da artırılması gerektiği şeklinde yorumlanabilir

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 84’ü tüm yıl boyu hizmet vermekte, % 16’sı da sadece sezonluk olarak hizmet vermektedir (Tablo 21).

Tablo 22: İşletmenin Hizmet Süresi

İşletmenin Hizmet Süresi	Sayı	Yüzde (%)
Sezonluk	19	16,0
Tüm Yıl	100	84,0
Toplam	119	100,0

Tablo 22’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan turizm işletmelerinin çoğunluğunun tüm yıl boyu hizmet vermesi ekonomik olarak çok olumlu bir durumdur. Bu avantajdan daha fazla yararlanmak için Mardin ilinde yapılan kültür turizmine ilişkin faaliyetlerin artırılması, çeşitlendirilmesi, faaliyetlerin belirli bir döneme bağlı kalmayıp tüm yıla yayılması oldukça yararlı olacaktır.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 40’ı müşteri memnuniyetine yönelik anket uygulaması yapmış, % 26’sı anket yapmamış, %25’i anket uygulamasını gerekli bulmakta ve % 8’i de müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik herhangi bir anket yapmayı gereksiz bulmaktadır.

Tablo 23: İşletmede Müşteri Memnuniyetine Yönelik Anketi Uygulaması

Müşteri Memnuniyeti Anketi	Sayı	Yüzde (%)
Evet	48	40,3
Hayır	31	26,1
Gereklidir	30	25,2
Gereksizdir	10	8,4
Toplam	119	100,0

Tablo 23’de görülen sonuçlara göre, araştırmaya katılan turizm işletmelerinin yarısına yakın kısmı müşteri memnuniyetini önemsemekte, bir kısmı da çok önemli olmadığını düşünmektedir. Bu sonuçlara göre Mardin’deki turizm işletmecilerinin müşteri memnuniyeti

konusunda bilgi sahibi olduğu ancak bu bilgilendirilmenin çeşitli eğitim faaliyetleriyle daha da artırılması gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerine gelen müşterilerin % 31'i çevre düzensizliğinden şikâyet etmekte, % 22 'si eğlence ünitelerinin yetersizliğinden, % 21'i kalifiye elemanların bulunmayışından ve %15'i ulaşım zorluklarından şikâyet etmektedir.

Tablo 24: İşletmeye Gelen Müşterilerin Şikâyet ve Beklentileri

Müşterilerin Şikâyet Konuları	Sayı	Yüzde(%)
Kalifiye Eleman Yetersizliği	25	21,0
Eğlence Ünitelerinin Yetersizliği	26	21,8
Çevre Düzensizliği	37	31,1
Ulaşım Zorlukları	18	15,1
Diğer	3	2,5
Toplam	119	100,0

Tablo 24'te görüldüğü gibi, elde edilen bu sonuçlara göre müşterilerin çoğunluğunun çevre düzeni konusunda duyarlı oldukları, boş zamanlarında eğlenebilecekleri yerler ve çalışan personelin daha profesyonel, eğitilmiş olması konusunda beklentileri olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin, turizmin ekonomiye katkıları konusundaki görüşleri; % 46'sı döviz girişi sağladığı, % 20'si ilin tanıtımı için etkili olduğu ve % 15'i turizmin istihdama katkı sağladığı, %8'i dolaylı olarak istihdama katkısı olduğu, %7'si dolaylı olarak üretimi artırdığı, %4'ü diğer sektörlere fayda sağladığı görüşündedirler (Tablo 25).

Tablo 25: İşletme Yöneticilerine Göre Turizmin Ekonomiye Katkıları

Turizmin Ekonomiye Katkıları	Sayı	Yüzde (%)
İstihdam	18	15,1
Döviz girişi	55	46,2
Tanıtım	24	20,2
Dolaylı istihdam	9	7,6
Dolaylı üretim artışı	8	6,7
Diğer sektörler	5	4,2
Toplam	119	100,0

Tablo 25’te görülen sonuçlara göre Mardin ’ilinde faaliyet göstermekte olan turizm işletmeleri yöneticilerinin turizmin ekonomiye katkıları konusundaki görüşleri çoğunlukla ülkeye döviz kazandırdığı ve ilin tanıtımını sağladığı şeklindedir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 37’si gelen turistlerin daha çok konaklamaya para harcadıklarını, % 33’ü yeme-içmeye konusunda harcama yaptıklarını, %15’i hediyelik eşya alımına, %7’si diğer şeylere harcama yaptıklarını, %4’ü sporla ilgili, %3’si sağlıkla ilgili ve % 2’sinin de ulaşım konusunda harcama yaptıklarını beyan etmişlerdir.

Tablo 26: Turistlerin En Çok Harcama Yaptıkları Alanlar

Turistlerin Harcama Alanları	Sayı	Yüzde (%)
Yeme, içme	39	32,8
Konaklama	44	37,0
Sağlık	3	2,5
Ulaştırma	2	1,7
Spor	5	4,2
Hediyelik eşya	18	15,1
Diğer	8	6,7
Toplam	119	100,0

Tablo 26’da görülen sonuçlara göre Mardin’e gelen turistler çoğunlukla konaklama ve yeme-içmeye konusunda harcama yapmaktadırlar. Bu durum Mardin’e gelen turistlerin konaklama ve yeme-içme dışında da harcama yapabilecekleri yeni ortamların geliştirilmesi gerektiği şeklinde yorumlanabilir

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinin % 84’ü turizmin Mardin’in gelişmesine katkı sağladığını düşünmekte, % 16’sı ise katkı sağlamadığını düşünmektedir.

Tablo 27: Turizmin Mardin’in Gelişmesine Katkısı

Turizmin Mardin’in Gelişmesine Katkısı Vardır	Sayı	Yüzde (%)
Evet	100	84,0
Hayır	19	16,0
Toplam	119	100,0

Tablo 27’de görüldüğü gibi, elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğu turizmin ilin gelişmesine katkısı olduğunu düşünmekte yani

turizmin pozitif yanını görmekte ancak buna rağmen azda olsa turizmin Mardin'in gelişmesine katkı sağlamadığını düşünenlerin de var olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin Mardin ilindeki turizmin yeterince gelişmişliğine bakışları; % 82(98)'si olumsuz ve % 18 yeterince geliştiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 28: Mardin'de Turizmin Yeterince Gelişmişliği

Mardin'de Turizm Yeterince Gelişmiştir	Sayı	Yüzden (%)
Evet	21	17,6
Hayır	98	82,4
Toplam	119	100,0

Tablo 28'de görüldüğü gibi, araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Mardin ilindeki turizmin gelişmişliği ile ilgili katılımcı görüşleri çoğunlukla olumsuzdur. Yani ildeki turizm işletmelerinin büyük çoğunluğu ildeki turizmin yeterince gelişmediği düşüncesini taşımaktadırlar.

Araştırmaya katılan işletmelere çevredeki illerin Mardin ilinin turizmine katkısı sorulmuş bunların % 71'i katkı olduğu ve % 48'i katkısı olmadığı cevabı alınmıştır.

Tablo 29: Mardin Turizmine Çevredeki İllerin Katkısı

Mardin Turizmine Çevredeki İllerin Katkısı Vardır	Sayı	Yüzde (%)
Evet	71	59,7
Hayır	48	40,3
Toplam	119	100,0

Tablo 29'da görüldüğü gibi araştırmadan elde edilen sonuçlara göre çevre illerinin (Diyarbakır, Şanlıurfa, Adıyaman gibi) Mardin ili turizmine katkısı konusundaki düşüncenin çoğunlukla olumlu olduğu ifade edilebilir. Bu sonuçlara göre iller arası her türlü

dayanışmanın, kültürel ilişkilerin geliştirilmesinin daha iyi sonuçlar alınması anlamında çok faydalı sonuçlar ortaya çıkaracağı yorumu yapılabilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin, Mardin ilindeki mevcut turizm tesislerinin misafirleri ağırlama yeterliliği konusundaki görüşleri; % 33'ü yetersiz, % 32 idare edecek düzeyde % 27 yeterli ve % 8 ise çok yetersiz olduğunu şeklindedir.

Tablo 30: Mardin'deki Tesislerin Turistleri ağırlama Yeterliliği

Mardin'deki Tesisler Turist ağırlamak İçin Yeterlidir	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli	32	26,9
Yetersiz	39	32,8
İdare eder	39	32,8
Çok Yetersiz	9	7,6
Toplam	119	100,0

Tablo 30'da görüldüğü gibi yapılan anketlerden elde edilen sonuçlara göre, Mardin ilinde mevcut olan turizm işletmelerinin turistleri ağırlaması konusunda yeterli olmadığı düşüncesi çoğunluktadır. Bu sonuçlara göre ildeki tesislerin misafirleri ağırlamada yetersiz kaldığı ve mevcut tesislerin yeniden restorasyonunun yapılması gerektiği ve hatta modern yeni tesislerin kurulması için yatırımcıların teşvikinin artırılması gerektiği önerilebilir.

Mardin'in turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi için yapılabilecekler konusunda araştırmaya katılan işletmelerin % 45'i bu bölgeye teşvik ve destek verilmesi gerektiğini, % 20'si yeni yatırımların yapılması gerektiğini, %18'i mevcut tesislere bakım yapılması gerektiğini, %17'si yeni tesisler yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Tablo 31: Mardin ilinin Turizm Patasından daha fazla pay alması için yapılabilecekler

Turizmden Daha Fazla pay almak için yapılabilecekler	Sayı	Yüzde(%)
Yeni Tesisler	20	16,8
Mevcut Tesislerin Bakımı	22	18,5
Teşvik ve Destek Verilmeli	53	44,5
Yeni Yatırımlar	24	20,2
Toplam	119	100,0

Tablo 31’de görüldüğü gibi Mardin’de turizmin gelişmesi ve ile daha fazla turistin gelmesi için katılımcıların çoğunluğu teşvik ve desteğin önemli olduğunu, daha sonra yeni yatırımların yapılmasının gerekli olduğunu ifade etmişlerdir.

Mardin’de geliştirilebilecek turizm türleri konusunda araştırmaya katılan işletmelerin % 41’i inanç turizminin geliştirilmesi gerektiğini, % 17’sinin gençlik ve spor turizminin geliştirilmesinin gerektiğini, %10’u yamaç paraşütü yapılması gerektiğini, %9’u eko turizm yapılması gerektiğini, %4’ü yayla turizmi ve su sporları yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 32: Mardin’de Geliştirilebilecek Turizm Türleri

Mardin’de Geliştirilebilecek Turizm Türleri	Sayı	Yüzde (%)
İnanç turizmi	49	41,2
Yayla turizmi	5	4,2
Gençlik ve spor turizmi	20	16,8
Su sporları	5	4,2
Eko turizm	11	9,2
Mesire yerleri	5	4,2
Yamaç paraşütü	12	10,1
Diğer	12	10,1
Toplam	119	100,0

Tablo 32’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan işletmecilerin çoğunluğu Mardin’de inanç turizminin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. İnanç turizminin öne çıkmasının, Mardin ilindeki çok dinli ve çok dilli yapıya bağlı olarak farklı dinlerin bulunmasıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan turizm işletmelerinden %57’si Mardin’in kalkınmasında en önemli gelir kaynağının turizm olduğunu, % 27’si tarım ve hayvancılık ve % 6 gibi bir oran da sanayi olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 33: Mardin ilinin Kalkınmasında en önemli gelir kaynakları

Mardin’in Kalkınmasında en Önemli Gelir Kaynakları	Sayı	Yüzde (%)
Tarım ve Hayvancılık	34	28,6
Turizm	68	57,1
Sanayi	7	5,9
Diğer	10	8,4
Toplam	119	100,0

Tablo 33’de görüldüğü gibi elde edilen sonuçlar Mardin’in her ne kadar henüz gelişmemiş olsa da en önemli gelir kaynağının turizm olduğu şeklinde ortaya çıkmaktadır. Mardin’in çevresinde özellikle Kızıltepe taraflarında verimli toprak arazileri bulunduğundan dolayı oralarda da tarım ve h hayvancılığın geliştirilmesinin daha doğru olacağı söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin %54’ü yatırımlar yapılırsa turizm Mardin’ ilinin kalkınmasında çok iyi olacağını, %31’i faydalı olacağı, %10’u bir fikir belirtmemiş ve % 5’i ise faydalı olmayacağını ifade etmişlerdir.

Tablo 34: Mardin'in Kalkınmasında Turizmin Faydası

Mardin'in Kalkınmasında Turizm Faydalıdır	Sayı	Yüzde (%)
Faydalı değil	6	5,0
Faydalı	37	31,1
Fikrim yok	12	10,1
Yatırım yapılırsa çok iyi olur	64	53,8
Toplam	119	100,0

Tablo 34'te görüldüğü gibi Mardin'de turizm alanında yapılacak yatırımların Mardin'in kalkınmasında ve gelişmesinde çok faydalı olacağı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin % 73'ü yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarını yetersiz bulmakta, % 13 yeterli bulmakta ve %13 herhangi bir fikir beyan etmemişlerdir.

Tablo 35: İldeki Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları

Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki çalışmaları	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli	16	13,4
Yetersiz	87	73,1
Bilmiyorum	16	13,4
Toplam	119	100,0

Tablo 35'te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu yerel yönetimlerin Mardin turizmi konusunda yeterince çalışma yapmadıkları düşüncesine sahiptirler. Bu sonuç Kentin turistik gelişimi için yerel yönetimlerin daha çok çalışması gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin % 32'si yerel yönetimlerin altyapı çalışmalarının yetersiz kaldığını, %30'u destek ve teşviklerin yetersiz olduğunu, %28'i tanıtım ve reklam

alışmalarının yetersiz olduğu ve % 10'u da fuar ve özel gün kutlamalarında yetersiz kalındığını beyan etmişlerdir.

Tablo 36: Yerel Yönetimlerin alışmalarının Yetersiz Olduğu Konular

Yerel Yönetimlerin alışmalarını Yetersiz Bulduğunuz Konular Hangileridir	Sayı	Yüzde (%)
Altyapı	38	31,9
Destek ve teşvik	36	30,3
Tanıtım ve reklam	33	27,7
Fuar ve zel Gün Kutlamaları	12	10,1
Toplam	119	100,0

Tablo 36'te grldğu gibi, araştırmaya katılanların çoğunluğu Yerel yönetimlerin ilin altyapı çalışmaları ve destek ve teşviklerde yeterli olmadıkları düşüncesindedirler. Bununla beraber yerel yönetimlerin tanıtım ve reklam çalışmalarını da artırmaları gerektiği önerilebilir.

Araştırmaya katılan işletmelere ilin turizm konusundaki zayıf yönleri sorulduğunda bunların % 32'si yetişmiş insan kaynağının yetersiz olduğunu, %18'i turistik ürün arzının yetersiz olduğunu, %14' tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olduğunu, %9'u turizm tesislerinin doluluk oranlarının düşük olmasının ve tarihi eserlerin yeterince korunmamasının, %7'si turizm işletmelerine ulaşımı sağlayan yolların standartlarının düşük olduğu ve % 5'i de tur organizasyonlarının yetersiz olduğu, %3' Konaklama ve yeme içme tesislerinin yetersiz ve kalitesinin düşük olduğu görüşünü taşımaktadırlar.

Tablo 37: Mardin İlinin Turizm Konusunda Zayıf Yönleri

Mardin'in Turizmdeki Zayıf Yönleri	Sayı	Yüzde (%)
Yetişmiş insan kaynağının yetersiz olması	38	31,9
Tesislerdeki düşük doluluk oranları	11	9,2
Turistik ürün arzının yetersiz oluşu	21	17,6
Tanıtım ve pazarlamanın yetersizliği	17	14,3
Tarihi eserlerin yeterince korunmaması	11	9,2
Yol standartlarının düşüklüğü	8	6,7
Tur organizasyonlarının yetersizliği	6	5,0
Destek ve teşviklerin yokluğu	3	2,5
Konaklama ve yeme içme tesislerinin yetersizliği ve kalite düşüklüğü	4	3,4
Toplam	119	100,0

Tablo 37'da görüldüğü gibi, Mardin ilinin turizm alanındaki zayıf yönlerinin başında işletmelerde çalışan personelin niteliksiz ve tecrübesiz olmasıdır. İşletme yöneticileriyle yapılan ikili görüşmelerde de aynı sorun dile getirilmiştir. İşletme yöneticileri, bölgelerinde konuyla ilgili eğitim alan gençlerin mesleklerini öğrendikten sonra, ilk fırsatta batıya kaçtıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda işletmelerin profesyonel çalışanlarını elde tutmak için bir takım tedbir ve teşvikler geliştirmesi gerektiği önerilebilir.

Araştırmaya katılan işletmelere Mardin ilinin turizmdeki avantajları sorulduğunda, bunların % 41'i ilin zengin tarihi dokusu ve yüksek kültür varlıklarının mevcut oluşu olduğunu ifade etmiştir. Sadece % 3'ü coğrafi konumunun yani yolların kesişme noktasında olmasının bir avantaj olduğunu düşünmektedir.

Tablo 38: Mardin İlinin Turizm Avantajları

Mardin İlinin Turizm Avantajları	Sayı	Yüzde (%)
Coğrafi konumu	29	24,4
Zengin tarihi dokusu ve yüksek kültür varlıkları potansiyeli	49	41,2
Üniversitenin varlığı	36	30,3
Yolların kesişme noktasında olması	3	2,5
Diğer	2	1,7
Toplam	119	100,0

Tablo 38’de görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında Mardin ilinin turizmde en büyük avantajının ilin zengin tarihi dokusu ve yüksek kültür varlıklarının mevcut olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerden % 33’ü zengin tarihi ve kültürel varlıklar ilin turizm fırsatlarını oluşturduğunu ifade etmiştir. % 6’sı da diğer turizm türlerinin turizmde fırsat olabileceğini ifade etmiştir.

Tablo 39: Mardin İlinin Turizm Konusundaki Mevcut Fırsatları

İlin Turizm Fırsatları	Sayı	Yüzde (%)
Alternatif turizm türleri için potansiyel yüksekliği	18	15,1
Zengin tarihi ve kültürel varlıklar	39	32,8
Üniversitenin varlığı, Meslek Yüksekokulunda turizm bölümünün Olması	20	16,8
Bölgenin çekiciliği	35	29,4
Diğer	7	5,9
Toplam	119	100,0

Tablo 39’de görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında ilin zengin tarihi ve kültürel varlıkları turizm için büyük bir avantaj oluşturmaktadır. Bu durum turizm açısından iyi derecede değerlendirilebilir

Araştırmaya katılan işletmelere Mardin’de turizmi tehdit eden unsurlar sorulduğunda bunların % 27’si tarihi yapıların yeterince korunmaması, % 8’i de çevre sorunlarının ortadan kaldırılamaması olarak beyan etmiştir.

Tablo 40: Mardin Turizmini Tehdit eden Unsurlar

Mardin Turizmini Tehdit Eden Unsurlar	Sayı	Yüzde (%)
Tarihi yapıların yeterince korunamaması	32	26,9
Plansız yapılaşma	16	13,4
Çevre illerdeki turizm imkânlarının yüksek olması	26	21,8
Çevre sorunlarının ortadan kaldırılamaması	10	8,4
Alt yapı eksikliği, tesis yetersizliği	24	20,2
Diğer	11	9,2
Toplam	119	100,0

Tablo 40’da görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında Mardin’de tarihi yapıların yeterince korunmadığı ve bunların daha iyi korunması gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelerden % 36’sı son beş yılda gelir düzeylerinin arttığından emin olmadığını, sadece % 4’ü son beş yılda gelir düzeylerinin arttığını tamamen kabul ettiğini ifade etmiştir.

Tablo 41: İşletmelerin Son Beş Yıldaki Gelir düzeyleri

Son Beş Yılda İşletmelerin Geliri Artmıştır.	Sayı	Yüzde (%)
Katılmıyorum	41	34,5
Emin Değilim	43	36,1
Katılıyorum	30	25,2
Tamamen katılıyorum	5	4,2
Toplam	119	100,0

Tablo41’da görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında işletmelerin gelir düzeylerinin son beş yılda pek artmadığı dolayısıyla turizmin mevcut haliyle işletmelerin gelir düzeylerini etkilemediği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelere gelir artışlarını neye göre değerlendirdikleri sorulduğunda bunlardan % 49’u yaşam kalitesine, % 24’ü de iş yatırımlarına göre değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 42: Gelir Artışını Değerlendirme Şekli

Gelir Artışını Değerlendirme Şekli	Sayı	Yüzde (%)
Tasarruf ve Birikim	32	26,9
Yaşam Kalitesi	58	48,7
İş Yatırımı	29	24,4
Toplam	119	100,0

Tablo 42’de görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında işletmelerin gelir artışını yaşam kalitesiyle değerlendirdiği şeklinde yorumlanabilir. Eğer insanların yaşam kalitesi artmışsa gelirden de artış meydana gelmiş demektir.

Araştırmaya katılan işletmelerin son beş yılda bankadaki mevduatlarının değişip değişmediği sorulduğunda bunlardan 44’ü hiç değişmediğini sadece bunlardan % 3’ü bankadaki mevduatlarının değiştiğini ifade etmiştir.

Tablo 43: Son 5 Yılda Bankadaki Mevduatım Durumu

Son 5 Yılda Bankadaki Mevduatım Arttı	Sayı	Yüzde (%)
Katılmıyorum	52	43,7
Emin değilim	39	32,8
Katılıyorum	25	21,0
Tamamen katılıyorum	3	2,5
Toplam	119	100,0

Tablo 43’de görüldü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında işletmelerin bankadaki mevduatlarından ciddi bir artış olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelere son beş yılda halkın refah düzeyinde bir yükselme meydana gelip gelmediği sorulduğunda bunların % 35’i bundan pek emin olmadığını, % 7’si ise tamamen katıldığını yani bir yükselme meydana geldiğini belirtmiştir.

Tablo 44: Son 5 Yılda İldeki Halkın Refah Düzeyi

Son 5 Yılda İldeki Halkın Refah Düzeyi Yükseldi	Sayı	Yüzde (%)
Katılmıyorum	34	28,6
Emin Değilim	42	35,3
Katılıyorum	35	29,4
Tamamen katılıyorum	8	6,7
Toplam	119	100,0

Tablo 44’de görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında son beş yılda halkın refah düzeyinde ciddi manada bir artış meydana geldiği söylenemez.

Araştırmaya katılan işletmelere son beş yılda turistlerin ile /ilçeye sağladıkları gelirden memnuniyetleri sorulunca % 52’si az memnun olduğunu, % 11’i ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Tablo 45: Son 5 Yılda Turistlerin İlçeye Sağladıkları Gelirden Memnuniyet Düzeyi

Son 5 Yılda Turistlerin İlçeye Sağladıkları Gelirden Memnuniyet Düzeyi	Sayı	Yüzde (%)
Hiç memnun değil	25	21,0
Az memnun	62	52,1
Kararsız	13	10,9
Çok memnun	19	16,0
Toplam	119	100,0

Tablo 45’te görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında büyük çoğunluğunun son beş yılda turistlerin ile / ilçeye sağladıkları gelirden az memnun oldukları ortaya çıkmıştır. Çok memnun olanların % 16 olması memnuniyet düzeyinin artırılması gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelere Belediye girişimlerinin Mardin’i ekonomik açıdan daha ileriye götürüp götürmeyeceği sorulduğunda bunların % 28’i emin olmadığını, sadece % 25’inin tamamen katıldığını ifade etmiştir.

Tablo 46: Belediye girişimlerinin Mardin'i ekonomik açıdan daha da ileriye götüreceğini düşüncesi

Belediye Girişimlerinin Mardin'i Ekonomik Açıdan Daha da İleriye Götüreceğini Düşünüyorum	Sayı	Yüzde (%)
Katılmıyorum	30	25,2
Emin Değilim	33	27,7
Katılıyorum	26	21,8
Tamamen katılıyorum	30	25,2
Toplam	119	100,0

Tablo 46’te görüldüğü gibi elde edilen sonuçlara bakıldığında işletmelerin belediye faaliyetlerine karşı bir güvensizlik ortamının olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan işletmelere Turizmin Algılanan Sosyo-kültürel Pozitif- Negatif Etkileri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Turizmin kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır ifadesine işletmelerin % 30’u kesinlikle katılıyorum, %17’si kesinlikle katılmıyorum diye cevap vermiştir.

4.1.1 Otel Yöneticilerinin Görüşleri

Araştırma kapsamında görüşülen otel yöneticileri Mardin turizminin özellikle son beş yılda artış gösterdiğini (Tablo 20) ve bu artışın da turizm yatırımlarını artırdığını belirtmişlerdir. Tablo 12’de görüldüğü gibi araştırmaya dâhil olan otellerin yaklaşık olarak % 34’ü son 3 yıl içerisinde kurulmuştur. Buna göre Mardin’de bulunan Turizm işletmelerinin oldukça yeni olduklarını söylemek mümkündür. Otel yöneticilerinin vurguladığı diğer bir konu ise gelen turistlerin kısa süreli konaklamalarıdır. Tablo 18’ de görüldüğü gibi gelen turistler (% 36’sı), en yüksek oranla iki gece kalmaktadır. Bunun sebebi olarak ta turistlerin dışarıda vakit geçirebilecekleri sosyal alanların yetersizliği olarak belirtmişlerdir.

Otel Yöneticileri, Mardin’e gelen turistlerin çoğunun (% 69) kültür turizmi kapsamında Mardin’i ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum, kültür turizminin Mardin’de daha ilgi çektiği ve bu konuda gelişmeler yapılmasının faydalı olacağını oraya koymaktadır. Mardin’deki turizm işletmelerinin % 84’ü bütün yıl hizmet vermektedir (tablo 22). Yani turizm Mardin’de sezonluk değildir. Bunun sebebi kültür inanç ve tarih turizminin olmasıdır.

İşletme Yöneticilerine göre turizmin ekonomiye en büyük katkısı ülkeye döviz girdisi sağlaması ve ili tanıtmasıdır (Tablo 25). Bu sayede memnun olarak dönen turistler başka turistlerin de Mardin'e gelmesini sağlamaktadır. Araştırmaya katılan turistik işletme yöneticilerinin % 84'ü Turizmin Mardin'in gelişmesine katkı sağladığını düşünmektedir (Tbalo 27). Hatta kültür, inanç ve tarih turizmi kapsamında gelen sadece Mardin'i değil aynı zamanda Diyarbakır, Batman ve Siirt gibi dini ziyaret yerleri olan diğer şehirleri de ziyaret etmektedir. Dolayısıyla Mardin'de gelişen turizm aynı zamanda bölge ekonomisini de olumlu etkilemektedir. Mardin'e gelen yerli veya yabancı turistler genellikle bölgenin önemli şehirlerinin hepsini görebilecek şekilde gelirler. Yani Mardin'e gelen turistler aynı zamanda Diyarbakır, Batman Siirt veya Midyat gibi diğer tarihi ve kültürel yerleşim yerlerini de görmek isterler. Ya da oralara gelen turistler Mardin'i de görmek isterler Bu şunu göstermektedir. Mardin turizmi aynı zamanda bölge turizmini etkilemekte dolayısı ile bölge ekonomisine de katkı sağlamaktadır.

4.1.2 İnanç Turizmi Açısından

Gerek turizm işletmelerinin yöneticileri gerekse turistlerin görüşlerine göre Mardin turizmi içerisinde inanç turizmi en çok rağbet görendir. Mardin'de geliştirilebilecek turizm türleri arasında inanç turizmi en başta yer almaktadır (tablo 32). Bunun temel sebebi, Mardin ilinde farklı dinlerin farklı dillerin ve farklı kültürlerin bir arada yaşamasıdır. Müslümanların yanı sıra, Hıristiyanlar, Yahudiler yaşamaktadır. Kürtler, Araplar, Türkler, Ermeniler, Süryaniler, farklı kültürleri ile bir arada yaşamaktadırlar.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bölgesel kalkınmada turizmin rolü konusunda daha önce farklı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların çoğunda turizmin daha çok istihdam ile ilişkisi üzerinde durulmuş ve gerek bölgesel gerekse ulusal kalkınmaya etkisi incelenmiştir. Ozan Bahar'ın yapmış olduğu çalışmada (2007) genel olarak elde edilen bulgular, bölgesel bir gelişim stratejisi olarak değerlendirilen turizm sektörünün az gelişmiş ve geri kalmış bölgelerin gelişmesine, ekonominin yeniden yapılandırılmasına ve sonuçta bir bütün olarak hem kalkınmaya hem de ekonomik büyümeye katkı sağladığını ortaya koymuştur.

Serpil Kahraman Akdoğu çalışmasında (2011) ülkemizde, döviz rezervlerinde sorun oluştuğunda, ekonomik krizlerin ortaya çıktığını tespit etmiştir. Diğer bir ifade ile kurların azalışı veya yükselişi hem ekonomik gelişme hem de turizm üzerinde doğrudan etkilidir. Aydemir ve Karakoyun'un 2011 yılında yaptıkları çalışmalarında ekonomik yapının yanında sosyal ve kültürel yapının da ekonomik seviye ile paralel olduğunu düşünmek gerektiğini belirtmektedir. Turizmin sosyal ve kültürel etkileri göz önüne alındığında turizmin ekonomik yapıyı da aynı derecede etkilediği ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan turizmin bölgesel ekonomik kalkınmaya etkilerini farklı sonuçlarla ortaya koyan çalışmalar da yapılmıştır. Brenner ve Aguiler 2002 yılında, Meksika'da turizmin ekonomik rolünün ve ülkenin bölgesel gelişimindeki sınırlı etkilerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada hükümet desteğine rağmen, ekonomik büyümeyi, para gelirini, iş istihdamını geliştirmek için turizmin bütün yerli üretime % 5'ten daha az oranda katkıda bulunduğu ve turizmle ilgili mesleklerin çoğunluğu istikrarsız ve düşük kalifiyeli olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca sahil kıyılarında lüks otellerin artması yabancı yatırımların bir bölgeye toplanmasına ve hızlı bir şekilde gelişmesine neden olduğu ve böylece, bu stratejinin turizm merkezleri ile turizm merkezleriyle ekonomik, toplumsal ilişkilerde bulunan bölgelerdeki üretim faktörlerini teşvik etmede başarısız olduğu sonucuna varılmıştır.

Fakat Cooper, Fletcher, Gilbert, Wanhil ve Stefferd'in 1998 yılında yaptıkları çalışmada, turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisine farklı ve olumlu bir yorum getirmiştir.

Çalışmaları sonucunda; turizm ürününün farklı bileşimlerden oluşması nedeniyle turizm, ulusal ekonomi içindeki birçok sektörü etkilemekte ve birçok sektörden etkilendiği, diğer yandan turistik hizmetlerin ulaştırılmasında her aşama farklı bir organizasyonun sorumluluğu altında olduğu saptanmıştır. Örneğin havayolu ulaştırmasında, seyahat acentesi, havayolu şirketi ve personeli, catering şirketi, bagaj görevlileri, kabin temizlik ekibi bu hizmetin parçalarını oluşturmaktadır. Bu durum turizmin ekonomik hareketlere etkisinin çok yönlü olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi tarih kültür ve inanç turizmi açısından zengin bir bölgedir. Buralara gelen turistler genellikle sadece bir ili veya belirli bir yeri ziyaret edip dönmezler. Kaldıkları süre içerisinde bölgenin diğer illerini de ziyaret ederler. GAB'ne gelen bir turist Mardin'de iki gün kaldıktan sonra oradan ya Diyarbakır'a ya da Batman'a gider. Dolayısıyla bütün iller turizm açısından birbiri ile bağlıdır. Bir ilde gelişen turizm direk olarak direk ildeki turizmi ve ekonomik kalkınmayı etkilemektedir.

Mardin'de, turizmin ekonomik kalkınmadaki rolünü araştıran bu çalışma sonucunda son beş yılda Mardin'e gelen turist sayısındaki artış ile turizm gelirindeki yükseliş değişkenleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buradan turist sayısında artış, turistik yatırımları, turistik yatırımların artması da bölgenin turizm gelirini doğrudan arttırdığı rahatlıkla söylenebilir. Örneğin, 2009 yılının birinci ayında turizm geliri 17.1250, dolar iken 2014 yılının aynı ayında 2.594.320 dolar olmuştur (Tablo 9). Aynı şekilde turistik otel ve işletmelerin sayısında da paralel bir artış olmuştur. İşletme yöneticilerinin de belirttiği gibi (tablo 33) Mardin ilinin kalkınmasında en önemli gelir kaynağı turizmdir. Buradan hareketle çalışmamız, turizm, ekonomik kalkınma, sosyal ve kültürel gelişmelerin birbiri ile bağlantılı ve birinde meydana gelen değişikliğin diğerini doğrudan etkilediğini bir kez daha açıkça göstermiştir.

5.2. Öneriler

Mardin, tarihi, kültürel ve tarımsal yapısıyla turizmin gelişmesine son derece elverişlidir ve turizm, imalat sanayi, sınır ticareti, tarım, enerji, yer altı ve yer üstü kaynakları açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Gerek coğrafi konumunun sağladığı avantajlar ve gerekse de tarihi, kültürel, turistik ve tarımsal varlıklarının oluşturduğu kendine has yapısı ile Mardin rotasını uluslararası rekabet edebilirlik ve markalaşma yönünde belirlemelidir. Yukarıda sıralanan veriler ışığında bu gelişmelerin Turizm Sektörünün öncülüğünde

gerçekleştirilebileceği son derece açıktır. Bu durumda turizm sektörünün hareketlilik kazabilmesi için yapılması gereken bazı hususlar kısaca şöyle sıralanabilir:

Mardin’de özellikle kültür ve inanç turizmi açısından önem arz eden tarihi yapıların oraya çıkarılması ve korunması için yapılan çalışmaların süreklilik kazanması gerekmektedir. Kültür ve inanç turizminin etkisiyle milli gelirden meydana gelen artış, diğer bir turizm çeşidi olan deniz, kum ve güneş turizminin milli gelirden meydana getireceği artıştan daha fazla olduğu bir gerçektir. Deniz turizmi profilindeki turist, vaktinin çoğunu otelde ve denizde dinlenerek geçirirken, kültür turizmi için gelen turist vaktinin çoğunu dışarıda yerli halk ile geçirmektedir. Bu nedenle, kültür ve inanç turizmi açısından ciddi ve büyük bir potansiyel barındıran Mardin, gelen turistlerin daha çok harcama yapması açısından avantajlı durumdadır. Bölgeye has ürünler ilgi çekmekte, bu durumdan Bölge esnafı da kazanç sağlamaktadır. Bölgeye özgü ürünlerin markalaşmasıyla bu alandaki kazanç ve dolayısıyla turizm gelirleri artacaktır. Artan gelir özelde Mardin Ekonomisini genelde de Bölge ekonomisini olumlu etkileyecektir.

Mardin tarih boyunca farklı uygarlıkları bünyesinde barındıran bir kent olmasından kaynaklanan kültürel zenginliğinin doğru yerlerde kullanılması, Bölge’nin kalkınmasına büyük katkı sağlayacaktır. Bu katkının Bölge’de geniş bir alanda kendini hissettirmesi kültür ve inanç turizminin yanında, termal turizm, gençlik turizmi, iş turizmi, kongre ve fuar turizmi, doğa yürüyüşleri, vb. alternatif turizm çeşitleriyle sektörün çarpan etkisi daha geniş bir alana yayılabilecektir. Böylece emek yoğun olan ve birçok alanda istihdam yaratan sektörden il daha iyi faydalanacaktır.

Turizmi besleyen en önemli alt sektörlerden biri de tarımdır. Turizmi geliştirelim ve kazanalım derken tarımın gelişmesi ikinci plana atılmamalıdır. Tarihi yerlerin bakımı ve onarımı, temizliği, görseelliğe uygunluğu ve turistlerin rahat gezip görebileceği mekânlar haline getirilmelidir. Bütün bunların yanında Mardin’in yukarıda anılan çevre temizliği su ve elektrik gibi temel sorunların giderilmesi kaçınılmazdır. Turistik bir yerde elektriğin kesilmesi demek bütün turist hizmet tesislerinin durması demektir. Ancak bu tür genel sorunlar bir ya da iki kurumun çalışmasıyla çözülemez dolayısıyla Mardin’deki bütün kamu kuruluşlarının ortak katılımıyla ve katkılarıyla çözülebilir. Bir kurumun sorununu diğer bir kurum giderebiliyorsa o şehirde kalkınma hızlı bir şekilde hissedilir. Dolayısıyla yönetim dediğimiz yani yönetimdeki iletişim iyi ve sağlıklı olması sorunların çözümünü daha da kolaylaştıracaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, B, Odaklı Yerel Kalkınma Modeli ve Planlanması, Erciyes Üniversitesi, 2008.
- Aktaş, Cengiz, Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler için En Önemli Regresyon Denkleminin Belirlenmesi, Doğu Üniversitesi Dergisi, 2005
- Andrew, Barry P. Tourism and the Economic Development of Cornwall, Annals of Tourism Research, Cornwall, 1997
- Armstrong, H. and Yaylor, J. Regional Economic Policy and Its Analysis, Philip Allan Publishers, Southampton, 1978
- Aydemir, Cahit ve Karakoyun, İlhan. Yeni Bölgesel Kalkınma Yaklaşımı ve Kalkınma ajansları, Ekin Basın yayını, Bursa, 2011
- Aymankuy, Yusuf, Kongre Turizmi ve fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003
- Bahar, Ozan. Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:19, 2007
- Bahar, Ozan. 'Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE). Muğla, 2007.
- Binns, T. ve Nel, E. Tourism as a Local Development Strategyin South Africa, The Geographical Journal, 2002
- Brenner, L. ve Aguilar, A. G. 2002 Luxury Tourism and Regional Economic Development in Mexico, The Professional Geographer, 2002
- Clark, C. The Economic Condition Of Economic Progress, London. Aktaran. Vural Savaş, Kalkınma Ekonomisi, 4. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 1986
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., Shepherd, R. Tourism Principles and Practise, 2nd Edition, Pearson Education Limited, England, 1998
- Çakılcıoğlu, M. (2002) Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin; Sürdürülebilir Turizm. Erişim Tarihi: 16 Ekim 2013, <http://www.kentli.org/makale/kalkinma.htm>
- Çelik, Gökhan, Turizmin Ekonomik Kalkınmaya Katkıları: Manisa İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2012
- Dinler, Z., Bölgesel İktisat, Ekin kitapevi Yayınları, Bursa, 2001

- Dinler, Zeynel. Bölgesel İktisat (5.Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 1998
- Durgun, Ayşe, Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2006
- Durgun, Ayşe. Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2006).
- Eraydın, Ayla, Bölgesel Kavram, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler, Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, DPT Yayını, Ankara, 2004
- Günel, Veysi, Mardin ilinde kültürel turizm potansiyeli, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2005
- H. Çeken ve Ökten, Ş. “Şanlıurfa’nın Turizm Pazar Potansiyeli ve GAP Bölgesi Kalkınmasındaki Önemi”, Verimlilik Dergisi, MPM Yayını, 2008
- Holloway, J. Christopher, The business of Tourism, Fourth Edition, Longmn Group Ltd. Essex, 1994
- Kahraman, N. (1994). Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 12, Ankara, 1994
- Kahraman, Serpil. “Türkiye’de Mali Serbestleşme Süreci ve Krizlerin Kısa Bir Özeti”. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi. Afyon, 2012.
- Kargı, Nihal, Ekonomik Kalkınma, Tasarruf ve Sermaye İlişkileri, Sermaye Piyasası Kurulu, Ankara, 1998.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesi, <http://Www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html>, 2015
- Maarte Keune, Regional Instituitons and Regional Development, International Labour Office, Geneva, 2001
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Resmi Web Sayfası, Müzeler ve Ören Yerleri, Mardin, Nisan, <http://www.mardinkulturturizm.gov.tr/TR,56480/genel-bilgiler.html>, 2015
- Mardin Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Mardin Coğrafyası, Mayıs, 2015
- Mihalıc, Tanya. Aspects of Tourism, Tourism and Development : Concepts and Issues, Ed. Richard Sharpley ve David J. Tefler, United Kingdom, 2002

Noyan, Sadettin. Mardin, Bir şehir, Bir Malikâne, Sıradışı Evler, Bizim Büro Basımevi, Ankara, 2008

OECD (2001). Policy Brief, Sustainable Development: Critical Issues, .
<http://www.oecd.org/dataoecd/29/9/1890501.pdf>. 2013

Öztaş, Kadir. ve Karabulut, Tahsin. Turizm Ekonomisi, Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayınları, Ankara, 2006

Robert W. Micintosh. Tourism: Giant of World Trade, The Science, art and business of tourism, 1975

Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı- 2013, Ankara, 2014

Sarı, Engin. Mardin’de Kültürlerarasılık, İletişim Yayınları, İstanbul, 2010

Sempozyum, Türkiye’de Birlikte Yaşama Kültürü ve Mardin Örneği, Mardin Valiliği, İstanbul, 2010

Serçek, Sadık, Bütünleşik Paralama iletişimi Çerçevesinde Türkiye’de İnanç Turizminin Geliştirilmesi: Mardin Örneği, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2011

Şeker, Hilal, Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Amasya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2011

Şenol, Fazıl. Turizm Coğrafyası, Yöresel Turizm Kaynaklarımız ve Dünya Harikaları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008

Taylor J. Geographical Income Disparities Within Countries: Is Regional Development Policy the answer?, London, 2001

Tekeli, İlhan, Bir Bölge Alancısının Çözmeye Çalıştığı Sorunun Büyüklüğü Karşısında Yaşadığı İç Huzursuzluklar, Kentsel Araştırmalar Sempozyumu, DPY Yayını, Ankara, 2004)

Topçuoğlu, Abdullah, Muğla’da Turizm Sektörünün Yapısal Analizi, Sorunları ve Çözüm Önerileri: Marmaris Örneği, Muğla Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Muğla, 2010

Toprak, Lokman, Mardin’in Kalkınmasında Turizmin Lokomotif Sektör Olarak Belirlenmesi Gerekliliği, Mardin Artuklu Üniversitesi, Mukaddime Dergisi, Sayı 5, Mardin, 2012.

TUIK, (2013). Seçilmiş Göstergelerle Mardin, Türkiye İstatistik Kurumu, Ankara,

Tuna, Muammer. Turizm, Çevre ve Toplum, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007

Yıldırım, Hacı Mehmet, Türkiye’de Turizmin Ekonomik Kalkınma üzerine Etkisinin Analizi,
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, 2008

Mardin

Valiliği

Web

Sitesi:

<http://www.mardin.gov.tr/web/mardinvaliligi/detay.asp?id=236&kategori=MARD%DDN>



EKLER

Ek-1. Turizmin Bölge Kalkınmasına Etkisinin Belirlenmesi Anket Formu

Sayın yetkili;

Bu çalışma Mardin ilinin turizm potansiyelini, ildeki otellerin, turizm işletmelerinin mevcut durumunu, geleceğe yönelik sorunlarını ve bakış açılarını ortaya koymak için yapılmakta olup, sadece akademik amaçlı kullanılacak ve verdiğiniz bilgiler başka bir amaç için kesinlikle kullanılmayacaktır.

1-İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

- a) 1-3 b)4-6 c)7-10 d) 10 ve daha fazla

2-İşletmenizde kaç personel çalışmaktadır?

- a) 0-10 b)11-20 c) 21-30 d) 30 ve üstü

3- Yönetici personelinizin eğitim durumu aşağıdakilerden hangisidir.

- a) İlköğretim b) Lise d) Üniversite e) Yüksek lisans f) Hiçbiri

4-Personelinizin yabancı dil durumu nedir?

- a) İngilizce b) Almanca c) Rusça d) Arapça e) diğer

5- İşletmenize gelen turistlere yönelik reklam ve tanıtım faaliyetleri yapmakta mısınız?

- a) evet b) hayır c)Yeterince d) Çok az

6- Reklam ve tanıtım faaliyetlerinde kullandığınız araçlar hangileridir?

- a) Promosyon ürünleri b) İnternet gibi medya araçları c) Reklam ve halkla ilişkiler

7- İşletmenize gelen turistlerin sizce ortalama konaklama süresi ne kadardır?

- () bir gece () iki gece () üç gece () bir hafta () daha fazla

8-İşletmenize gelen turistlerin genel olarak Mardin'e geliş amaçları sizce hangisidir?

- () eğlence-dinlenme () kültür () iş () spor () sağlık () diğer

9- Son beş yılda işletmenize gelen yabancı turist sayısında bir artış eğilimi var mıdır?

- () hiç değişmedi () Az artış oldu c) orta düzeyde arttı d) Çok artı

10-Çalıştığınız herhangi bir seyahat acentesi veya tur operatörü var mıdır?

- () evet () hayır c) düşünüyorum

11- Tesisinizin hizmet süresi nedir?

- a) sezonluk b) tüm yıl

12- Tesisinizde müşterilerinizin beklenti ve memnuniyetsizliklerini öğrenmeye yönelik herhangi bir anket uygulamanız var mı?

- a) evet b) hayır c) gereklidir d) gereksizdir

13- Sizce gelen müşteri şikâyet ve beklentileri hangi konuları kapsamaktadır?

- ()kalifiye eleman yetersizliği () eğlence ünitelerinin yetersizliği ()çevre düzensizliği () ulaşım zorlukları ()konaklama tesislerinin yetersizliği ()diğer

14-Size göre turizmin ülke ekonomisine katkıları aşağıdakilerden hangileridir?

- () istihdam () döviz girişi () tanıtım () dolaylı istihdam () dolaylı üretim artışı () diğer sektörler

15- Size göre turistler en çok hangi alanlara harcama yapmaktadırlar?

- ()yeme, içme ()konaklama ()sağlık ()ulaştırma ()spor ()hediyelik eşya ()diğer

16-Size göre turizmin Mardin'in gelişmesine katkısı var mıdır?

- ()evet ()hayır

17- Sizce Mardin'de turizm yeterince gelişmiş midir?

- ()evet ()hayır

18- Size göre Mardin turizmine çevredeki illerin de katkısı var mıdır?

- ()vardır ()yoktur

19-Size göre Mardin'deki tesisler turistleri ağırlama açısından yeterli midir?

- a) Yeterli b)yetersiz c)idare eder d)çok yetersiz

20-Mardin ilinin turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi için neler yapılabilir?

- a) Yeni tesisler b) mevcut tesislerin bakımı c) teşvik ve destek verilmeli d) yeni yatırımlar

21-Yeni turizm türleri aşağıda belirtilmiştir. Sizce hangilerinin Mardin'de geliştirilme şansı vardır?

- ()İnanç turizmi ()yayla turizmi ()gençlik ve spor turizmi ()su sporları ()eko turizm

- () mesire yerleri () yamaç paraşütü () diğer
- 22- Sizde Mardin ilinin kalkınması için en önemli gelir kaynakları hangileridir?**
() tarım ve hayvancılık () turizm () sanayi () diğer
- 23-Turizm Mardin'in kalkınması için ne ölçüde faydalıdır?**
() faydalı değil () faydalı () fikrim yok () yatırım yapılırsa çok faydalı olabilir
- 24- İldeki yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmaları yeterlidir?**
() yeterli () yetersiz c) bilmiyorum
- 25- Yerel yönetimlerin çalışmalarını yetersiz bulduğunuz konular hangileridir?**
a) Altyapı b) Destek ve Teşvik c) Tanıtım ve reklam d) Fuar ve özel gün kutlamaları
- 26-Sizde Mardin ilinin turizmdeki zayıf yönleri nelerdir?**
() yetişmiş insan kaynağının yetersiz olması () tesislerdeki düşük doluluk oranları
() turistik ürün arzının yetersiz oluşu () tanıtım ve pazarlamanın yetersizliği
() tarihi eserlerin yeterince korunmaması () yol standartlarının düşüklüğü
() tur organizasyonlarının yetersizliği () destek ve teşviklerin yokluğu
() konaklama ve yeme içme tesislerinin yetersizliği ve kalite düşüklüğü
- 27-Size göre ilin turizm avantajları nelerdir?**
() coğrafi konumu () zengin tarihi dokusu ve yüksek kültür varlıkları potansiyeli olması
() üniversitenin varlığı () yolların kesişme noktasında olması () diğer
- 28-Size göre ilin turizm fırsatları nelerdir?**
() alternatif turizm türleri için potansiyel yüksekliği () zengin tarihi ve kültürel varlıklar
() üniversitenin varlığı, meslek yüksekokulunda turizm bölümünün olması
() bölgenin çekiciliği () diğer.
- 29-Size göre Mardin turizmni tehdit eden unsurlar nelerdir?**
() tarihi yapıların yeterince korunamaması () plansız yapılaşma
() çevre illerdeki turizm imkânlarının yüksek olması () çevre sorunlarının ortadan kaldırılamaması
() alt yapı eksikliği, tesis yetersizliği () diğer.
- 30-Son 5 yılda firmamızın gelir düzeyi arttı**
a) Katılmıyorum b) Emin değilim c) Katılıyorum d) Tamamen katılıyorum
- 31-Gelir artışınızı değerlendirme şekliniz nasıldır?**
a) Tasarruf ve Birikim b) Yaşam Kalitesi c) İş Yatırımı
- 32-Son 5 yılda bankadaki mevduatım arttı**
a) Katılmıyorum b) Emin değilim c) Katılıyorum d) Tamamen katılıyorum
- 33-Son 5 yılda ildeki halkın refah düzeyi yükseldi**
a) Katılmıyorum b) Emin değilim c) Katılıyorum d) Tamamen katılıyorum
- 34-Son 5 yılda turistlerin ilçeye sağladıkları gelirden memnuniyet düzeyi nedir?**
a) Hiç memnun değil b) Az memnun c) Kararsız d) Çok memnun
- 35-Belediye girişimlerinin Mardin'in ekonomik açıdan daha da ileriye götüreceğini düşünüyorum**
a) Katılmıyorum b) Emin değilim c) Katılıyorum d) Tamamen katılıyorum

Bize zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Ek-2: Mardin İli 2009-2014 Dönemi Aylık Turizm Gelişim Durumu**Tablo 9: Mardin İli 2009-2014 Dönemi Aylık Turizm Gelişim Durumu**

Turizm Dönemi	Turistik İşletme Sayısı	Gelen Turist Sayısı		Turizm Geliri Mardin (\$)
		Yerli	Yabancı	
2009-1	10	3017	204	171250
2009-2	10	2957	184	166250
2009-3	10	3054	354	188100
2009-4	10	5019	452	296150
2009-5	10	7251	670	429550
2009-6	10	4293	497	264350
2009-7	10	5470	923	375030
2009-8	10	4511	1139	350840
2009-9	10	7561	900	468050
2009-10	10	10295	730	587750
2009-11	10	6208	387	349100
2009-12	10	5099	371	292050
2010-1	11	4943	343	360740
2010-2	11	4940	237	348355
2010-3	11	7345	361	518940
2010-4	11	11931	709	857050
2010-5	11	15848	1231	1171685
2010-6	11	8798	1028	695230
2010-7	11	6187	1099	534035
2010-8	11	4786	1512	492530
2010-9	11	8263	1214	676705
2010-10	11	10638	925	797845
2010-11	11	9872	543	704125
2010-12	11	6769	406	486675
2011-1	12	452	4943	627060
2011-2	12	334	4940	617850
2011-3	12	646	7345	929850
2011-4	12	650	11931	1480470
2011-5	12	1128	15848	1986360
2011-6	12	1036	8798	1177450
2011-7	12	1140	6187	858875
2011-8	12	1023	4786	674975
2011-9	12	1382	8263	1095210
2011-10	12	1130	10638	1361310
2011-11	12	423	9872	1216365
2011-12	12	375	6769	840405
2012-1	12	7032	308	634680
2012-2	12	7064	212	625880
2012-3	12	9983	595	919955
2012-4	12	16723	1069	1549735
2012-5	12	20407	1197	1878235
2012-6	12	14537	1490	1414445
2012-7	12	8806	1325	907510
2012-8	12	6571	1439	745605
2012-9	12	10596	1490	1094360
2012-10	12	8076	1152	836220
2012-11	12	8839	557	818155
2012-12	12	8059	546	750535
2013-1	17	6709	500	735900
2013-2	17	7300	507	795910

2013-3	17	10023	985	1130350
2013-4	17	16612	962	1786260
2013-5	17	22995	1612	2509060
2013-6	17	17680	1306	1944310
2013-7	17	9371	1079	1082765
2013-8	17	11429	2270	1449350
2013-9	17	17487	2226	2038080
2013-10	17	23332	2798	2696940
2013-11	17	18299	1382	2009560
2013-12	17	11622	962	1287260
2014-1	20	23533	1854	2594320
2014-2	20	25884	1456	2777680
2014-3	20	33008	3331	3733830
2014-4	20	41174	2518	4444740
2014-5	20	40361	3425	4481350
2014-6	20	29577	2986	3390670
2014-7	20	18379	2242	2162990
2014-8	20	26071	5112	3348340
2014-9	20	34309	4459	4010570
2014-10	20	27819	2432	3098060
2014-11	20	26891	1543	2889690
2014-12	20	29825	1686	3201680