



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI



**BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ:
MEVKA ÖRNEĞİ**

HATİCE GÖZÜELA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ BELGİN UÇAR KOCAOĞLU

KONYA-2018

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	--

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Hatice GÖZÜEL		
	Numarası	118104011017		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü! Mevca Örneği			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığımı bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
İmzası

Hatice GÖZÜEL





T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LISANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Matice GÖZÜELA
	Numarası	148104011017
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
	Programı	Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Belgin UĞAR KOCAOĞLU
	Tezin Adı	Bölgesel Kalkınma Turizminin Rolü = MEVKA Örneği

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan başlıklı bu çalışma .../.../... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Dr. Öğretim Üyesi (Danışman)	Belgin UĞAR KOCAOĞLU	
2	Prof. Dr. Önder	Önder KUTLU	
3	Prof. Dr.	Hacer Tuğba EROĞLU	

ÖZET

Dünyada birçok ülkede bölgelerin eşit düzeyde gelişme göstermedikleri gözlenmektedir. Bölgesel dengesizliklerin giderilmesini hedefleyen bölgesel kalkınma politikaları sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlayıp yeniden yapılanmayı amaçlamaktadır. Yerel dinamiklere dayalı kalkınmayı amaçlayan bölgesel gelişme politikalarında tarım, sanayi ve hizmet sektörüyle beraber turizmde bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesinde bölgesel gelişme araçlarından biri haline gelmiştir. Turizm son zamanlarda kalkınmaya hız verici unsurlar içermesi açısından bölgesel ekonomik kalkınma aracı olma niteliği kazanmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı; bölgesel kalkınmada turizmin rolünü MEVKA örneğinde araştırmaktır. Bununla beraber Konya'da turizmin çeşitlenip gelişebilmesinin önündeki eksikliklerin araştırılması da alt amaç olarak belirlenmiştir. Turizm konusunda görülen eksiklikler ve bu eksikliklerin giderilmesi için yapılması gerekenler de MEVKA'da görev yapan orta ve üst düzey yöneticiler ve MEVKA çalışanları ile gerçekleştirilen mülakatlarla tespit edilmeye çalışılmıştır. Mülakat sonuçlarına göre kültür ve turizm alanında bir sorun analizi yapılmış öncelikli olarak tanıtım ve seyahat acentaları konusundaki eksiklikler görülmüştür. Tanıtım eksikliğinin yanında turizm altyapısının eksikliği, tarihî ve kültürel varlıkların yeterince korunup değerlendirilememesi ve Konya kültürünün ortaya çıkarılmaması kültür ve turizm alanında ortaya çıkan ana sorunlardır. Bu sorunların çözümü için turizm altyapısı geliştirilerek sahip olunan kaynakların avantaja çevrilmesi ve tanıtım eksikliği sorunun çözüme kavuşturulması önerilmiştir.

Elde edilen veriler neticesinde Konya ilinin ekonomik kalkınmasında turizmin tek başına etkili bir sektör olmadığı ancak bölgenin sahip olduğu potansiyeli değerlendirmesi koşulu ile turizmin bölge ekonomisine önemli katkısının olacağı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Bölgeler Arası Eşitsizlik, Kalkınma Politikaları, Kalkınma Ajansları, Turizm, MEVKA

ABSTRACT

It is observed that regions in many countries don't show development in equal level in the world. Regional Development Policies aiming to remove regional inequalities aim reconstruction through providing socio-economical development. Regional Development Policies like agriculture, industry and service sectors and tourism aiming to reconstruction based to local dynamics become one of Regional Development Tools removing inequality among regions. Tourism becomes regional economical development tool regarding to including accelerating elements for development in recent times.

Basic objective of this study is to research; role of tourism at regional development at example of MEVKA (Mevlana Development Agency). Beside this, searching the obstacles which prevent variation and development of tourism in Konya was determined as sub-objective. Any missing points regarding to tourism and what to do to remove such missing points were tried to be determined thanks to interviews with medium and senior level managers employed at MEVKA and MEVKA personnel. According to such interviews results, analysis of a problem in culture and tourism field and primarily missing points at introduction and agencies field were considered. Beside lack of introduction, lack of tourism infrastructure, not to protect and assess historical and cultural values in due form and not to set forth Konya Culture and fundamental problems in culture and tourism field. Developing tourism infrastructure so resources' turning into advantage and resolving lack of introduction were suggested to remove this problem.

At the end of obtained data, it can be said that only tourism is not an efficient sector for economical development of Province however tourism will have important contribution to development of the region economy with condition of assessment of regions' potential.

Key Words: Inequality among the regions, Development Policies, Development Agencies, Tourism, MEVKA (Mevlana Development Agency)

İÇİNDEKİLER

Özet.....	ii
Abstract.....	ii
İçindekiler.....	iv
Kısaltmalar Listesi.....	vi
Tablolar Listesi.....	vii
Şekiller ve Resimler Listesi.....	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZM KAVRAMI VE İÇERİĞİ

1.1. Turizmin Tanımı, Özellikleri ve Çeşitleri.....	4
1.1.1. Turizmin Tanımı.....	4
1.1.2. Turizmin Çeşitleri.....	7
1.1.2.1. Ekoturizm.....	9
1.1.2.2. Kültür Turizmi.....	10
1.1.2.3. İnanç Turizmi.....	10
1.1.2.4. Termal Turizm.....	11
1.1.2.5. Kış Turizmi.....	11
1.1.2.6. Macera Turizmi.....	12
1.1.2.7. Politik Turizm.....	12
1.1.3. Turizmin Önemi ve Özellikleri.....	12
1.2. Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri.....	13
1.2.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri.....	14
1.2.2. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi.....	14
1.2.3. Turizmin Alt Yapı ve Üst Yapı Üzerindeki Etkisi.....	16
1.2.4. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi.....	16
1.3. Turizmin Bölgelerarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi.....	19

İKİNCİ BÖLÜM BÖLGESEL KALKINMA VE KALKINMA AJANSLARI

2.1. Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma.....	20
2.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları.....	20
2.2.1. Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Politikaları.....	22
2.2.1.1. Planlı Dönem Öncesi.....	24
2.2.1.1. Planlı Dönem ve Sonrası.....	25
2.3. Bölgesel Kalkınma Ajansları.....	28
2.3.1. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Tanımı ve Yapısı.....	28
2.3.2. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Amacı ve Temel Özellikleri.....	32
2.4. Bölgesel Kalkınmada Turizm.....	33
2.4.1. Turizm ve Kalkınma.....	34
2.4.1.1. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi.....	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MEVLANA KALKINMA AJANSI VE TURİZM

3.1. Konya'nın Konumu, Demografik Özellikleri ve Turizm Türlerine Göre Önemli Değerleri	37
3.2. Konya İli Turizm İstatistiği.....	44
3.3. Konya'da Kültür ve Turizm Sorunları.....	49
3.3.1. Konya İli Kültür ve Turizm GZFT Analizi	50
3.4. Mevlana Kalkınma Ajansı ve Turizm.....	52
3.5. MEVKA'nın Kültür ve Turizm Konulu Faaliyetleri	53
3.5.1. MEVKA'nın Kültür ve Turizm Faaliyetlerine Destekleri.....	54
3.5.2. MEVKA'nın Bölge Planı Kapsamında Yaptığı Çalışmalar	57
3.5.2.1. TR 52 Düzey 2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı.....	57
3.5.2.2. Konya Karaman Bölgesi 2013-2024 Bölge Planı	58
3.5.3. Mali ve Teknik Destekler	60
3.5.4. Yatırım Destek Ofisleri Aracılığıyla Yapılan Tanıtım Faaliyetleri.....	68
3.5.5. MEVKA Tarafından Sağlanan Destekler	70
3.5.5.1. Kısa ve Orta Vadede Gerçekleştirilecek Çalışmalar	72
3.5.5.2. Uzun Vadede Gerçekleştirilecek Çalışmalar	72

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: ALAN ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Konusu, Önemi ve Amacı.....	74
4.2. Araştırmanın Yöntemi	75
4.3. Araştırmanın Sorusu ve Sınırlılıkları.....	76
4.4. Araştırmanın Bulgu ve Yorumları	77
4.4.1. Betimleyici İstatistikler.....	77
4.4.2. Sorular ve Yanıtlar.....	78
4.4.2.1. Bölgesel Kalkınmada Etkili Olan Ekonomik Faaliyetler.....	78
4.4.2.2. Turizmin Gelişmesine Katkı Sağlayan Unsurlar.....	80
4.4.2.3. Turizm Konusunda Görülen En Önemli Eksiklikler.....	81
4.4.2.4. Alternatif Turizm Türleri ve Konya'da Gelişebilirliği.....	82
4.4.2.5. Konya'da Alternatif Turizm.....	84
4.4.2.6. Turizmin Konya Ekonomisini Canlandırması İçin Çalışma Yapılması Gereken Alanlar.....	86
4.4.2.7. Turizmin Gelişmesi Bölgesel Kalkınmayı Nasıl Etkiler.....	88
4.4.2.8. MEVKA'nın Kalkınma Konusundaki Rolü.....	90
4.4.2.9. MEVKA'nın Konya Turizminde Kalkınmaya Etkisi	90
4.5. Araştırma Sonucu Tespit Edilen Sorunlar ve Öneriler	91
SONUÇ	94
EKLER	96
KAYNAKLAR	100

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

BKA: Bölgesel Kalkınma Ajansı

DFD: Doğrudan Faaliyet Desteği

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

GPD: Güdümlü Proje Desteği

GSYİH: Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla

KA: Kalkınma Ajansı

MEVKA: Mevlana Kalkınma Ajansı

OECD: İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı

STK: Sivil Toplum Kuruluşları

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

YHT: Yüksek Hızlı Tren

TABLOLAR LİSTESİ

- Tablo 1: MEVKA Yönetim Kurulu Organizasyon Yapısı
- Tablo 2: Türkiye Turizm Gelirleri
- Tablo 3: Konya İlinde Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri
- Tablo 4: Turizm İşletme Belgeli Tesis ve Konaklaya Kişi Sayısı
- Tablo 5: Müze Ziyaretçi İstatistiği (2009-2017)
- Tablo 6: 2015-2016 Yıllarında En Fazla Ziyaret Edilen 10 Müze
- Tablo 7: Konya'nın Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi
- Tablo 8: Yıllara ve İllere Göre Kültür, Turizm ve Tanıtım Konulu Proje Sayıları ve Bütçeleri
- Tablo 9: Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Uygulamaları
- Tablo 10: Kalkınma Ajansları 2015 Yılı GÜdümlü Proje Desteği Uygulamaları
- Tablo 11: MEVKA Tarafından Desteklenen GÜdümlü Projeler
- Tablo 12: MEVKA'nın Yıllara Göre Mali Destek Faaliyetleri
- Tablo 13: Kalkınma Ajansları 2016 Yılı Teknik Destek Uygulamaları
- Tablo 14: 2015 Yılı MEVKA Tarafından Onaylanan Projeler
- Tablo 15: İllere Göre Yatırım Destek Ofisi Faaliyetleri
- Tablo 16: Bilgilendirme ve Danışmanlık Hizmetleri
- Tablo 17: Destek Türlerine ve Yıllara Göre Program Bütçeleri
- Tablo 18: Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler
- Tablo 19: 2013-2016 Yılı MEVKA Personel Sayıları
- Tablo 20: Bölgesel Kalkınmada Etkili Olan Ekonomik Faaliyetler
- Tablo 21: Turizm Konusunda Görülen Eksiklikler ve Turizm Potansiyelini Artırmak İçin Yapılması Gerekenler

Tablo 22: Karşılaşılan Sorunlar ve Stratejik Öncelikler



ŞEKİLLER VE RESİMLER LİSTESİ

Şekil 1: Kalkınma Ajansları Organizasyon Yapısı

Şekil 2: Mevlana Kalkınma Ajansı Organizasyon Şeması

Şekil 3: Konya İli Lokasyon Haritası

Şekil 4: Konya İli Kültür ve İnanç Turizmi Değerleri Haritası

Şekil 5: Konya İli Alternatif Turizm Haritası

Şekil 6: Müze ve Ören Yerleri Ziyaretçi Durumu

Resim 1: Turizm Çeşitleri

Resim 2: Konya Selçuklu Bilim ve Kongre Merkezi

Resim 3: Çatalhöyük Neolitik Kenti

GİRİŞ

Doğal ve toplumsal kaynakların dünya üzerinde eşit bir şekilde dağılmaması bölgelerarasında sosyo-ekonomik gelişmeler açısından farklılıklara neden olmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hemen hepsinde var olan bölgeler arası gelişmişlik farkı günümüz dünyasının en önemli problemlerinden biridir. Toplumsal barış, adalet ve refahın artırılması açısından önemli olan bölgeler arası gelişmişlik farklarının giderilmesi, hem sosyal hem de ekonomik kalkınmanın yerelde de sağlanması için tüm ülkeler çözüm arayışı içine girmişler ve bu doğrultuda Bölgesel Kalkınma Ajanlarının kurulması öngörülmüştür. Küreselleşmeyle artıp yerel rekabetle birlikte güçlenen ve 1990'larda yaygınlaşan yönetim anlayışının bir ürünü olan Kalkınma Ajansları yerelde kalkınmayı sağlayacak birimler olarak kurulmuş ve bu şekilde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bölgesel kavramıyla sınırları belirlenmiş olan Kalkınma Ajansları belirli bir bölgede faaliyet gösterip o bölgede sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlama ve yeniden yapılanmayı amaçlamaktadır.

Bölgesel ekonomik kalkınma aracı olarak turizm, kalkınmayı hızlandırıcı ve tamamlayıcı etkileri açısından bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesini amaçlamaktadır. Bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi noktasında kaynak ve imkânlar bakımından yeterli turizm potansiyeline sahip olan bölgelerde önemli rolü olan turizm sektörü sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlaması açısından da önemli bir konumda bulunmaktadır. Günümüzde ülkeler turizm sektöründen payını alabilmek için dünya pazarında kıyasıya bir rekabet içine girmektedirler.

Bu çalışmada ilk olarak Konya ilinin kalkınmasında turizm sektörünün ne derecede etkili olduğuna yer verilmiş ve bu doğrultuda ülkemizde faaliyet gösteren 26 Kalkınma Ajansından biri olan MEVKA örneğinde Konya'nın bölgesel kalkınmasında turizmin rolü tespit edilmeye çalışılmıştır.

Konya ilinin bölgesel kalkınmasında MEVKA örneğinde turizmin rolünün anlatıldığı bu çalışma başlıca dört bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde "Turizm Kavramı ve İçeriği" başlığı altında ilk olarak turizmin tanımı, önemi, türleri ve özelliklerinden bahsedilmiş daha sonra turizmin sosyo-ekonomik ve bölgelerarası dengeli kalkınmaya etkilerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde öncelikle bölgesel kalkınma kavramından bahsedilerek Türkiye’de bölgesel kalkınma politikalarına planlı dönem öncesi ve sonrası olarak değinilmiştir. Son olarak bölgesel kalkınma ajanslarından bahsedilen bu bölümde turizmin kalkınmaya etkisi de ele alınmıştır.

Mevlana Kalkınma Ajansı ve turizm başlığı altında bulunan üçüncü bölümde öncelikle Konya’nın coğrafi konumu ve demografik yapısı hakkında bilgi verildikten sonra önemli bir hizmet sektörü olan turizmin Konya ekonomisine ne derecede etkili olabileceği Konya’da kültür ve turizm konusu incelenerek araştırılmıştır. Konya ilinin kültür ve turizm sorunlarının yer aldığı bu bölümde aynı zamanda swot analizi yapılmıştır. Amaç kültür ve turizm konusunda güçlü ve zayıf yönlerin, fırsat ve tehditler olarak yer verilen olumlu ve olumsuz davranışlar karşısında nasıl bir yol izleneceğinin belirlenmesidir. Konya ilinin kalkınmasında turizmin rolü ve MEVKA’nın çalışmalarını konu alan bu bölümde Mevlana Kalkınma Ajansının kültür ve turizm konulu faaliyetlerine de yer verilmiştir. Mevlana Kalkınma Ajansı tarafından sağlanan desteklerinde bulunduğu bu bölümde kültür ve turizm konulu faaliyetlere yapılan mali ve teknik destekler de yıllara ve konularına göre ele alınmıştır.

Bölgesel Kalkınmada turizmin rolünün MEVKA örneğinde ve Konya özelinde araştırıldığı bu çalışmanın son bölümünde yapılan mülakatlara ait değerlendirme bulunmaktadır. Konya ili turizm sektöründe deniz-güneş-kum üçlüsünün oluşturduğu kıyı turizminden uzak olan bir yapıya sahiptir. İnanç, kültür, kongre, termal, macera ve ekoturizm gibi alternatif turizm çeşitlerini bünyesinde barındıran Konya ilinin turizm temelli olarak bölgesel anlamda ekonomik kalkınmayı sağlayabilmesi için bölgenin sahip olduğu potansiyeli avantaja çevirmesi gerektiği görüşü çalışmanın değerlendirilmesi kısmında yer almaktadır. Tanıtım eksikliği, turizm bilincinin oluşturulamamış olması, seyahat acentalarının gerekli düzeyde hizmet vermemesi, sahip olunan tarihi ve kültürel varlıkların yeterinde korunamaması, yerel yönetimlerin iletişim halinde olupsorunları çözümede yetersiz olması ve en önemlisi de alternatif turizm türlerinin değerlendirilememesi gibi eksiklikler araştırma sonucunda tespit edilmiştir.

Son bölümde turizm konusunda görülen bu eksikliklerin giderilmesi için yapılması gerekenler mülakatlar ile beraber tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu şekilde somutlaştırılmış olan eksikliklerin giderilmesi bölgesel anlamda turizm temelli olarak kalkınmanın sağlanması için bir öneri niteliğinde olacaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE İÇERİĞİ

II. Dünya Savaşı'ndan sonrabüyük bir gelişme gösteren turizm sektörünün dünya genelindeki payı son derece önemlidir. Büyük kitleleri ilgilendiren turizm sektörüne ekonomik açıdan baktığımız zaman döviz girdisi sağlaması, dış ticaret açıklarının ve işsizliğin azaltılması konularında yeri ve önemi göz ardı edilemeyecek şekildedir. Bunun yanında turizme sadece ekonomik bir olaymış gibi bakmak yanlıştır. Turizm, toplumu ve sosyal yapıyı etkileyen bir harekettir. Ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal ve çevresel yönleri bulunan turizm tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de giderek artan bir öneme sahiptir.

Dünyada hızla büyüyen sektörlerin başında gelmekte olan ve bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizm bir ekonomik etkinliktir. Günümüzde önemli bir endüstri alanı olan turizm ile ülkeler ekonomik açıdan önemli derecede gelir elde edebilir hale gelmiştir. Bu sayede turizm ülke ekonomilerine ciddi katkılar sağlamaktadır. Dünya hizmet sektörünün %30'unu oluşturmakta olan turizm, gelir getirici hizmet sektörlerinin en önemlisi durumundadır (Demiral, 2012: 1)

1.1. Turizmin Tanımı, Özellikleri ve Türleri

Ekonomik faaliyetler içerisinde hızlı büyüyen ve gelişen bir sektör olan turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere bölgelerin ekonomik büyüme ve kalkınmalarını sağlayan önemli bir sektördür. Kalkınma için gerekli olan döviz girdisini sağlayan turizm özellikle gelişmemiş bölgelerde ekonomik kalkınma aracı olarak görülmektedir (Künü vd.,2015: 73).

1.1.1. Turizmin Tanımı

Latince dönme, çevreyi dolaşmak, geri dönmek anlamlarına gelen "tornus" kökünden türetilmiş olan turizm kavramı, kök itibarıyla eski bir geçmişe sahiptir (Usta, 2014: 1). Kökü Latince'den gelen turizm sözcüğü "dönme hareketi" ni ifade etmektedir. İngilizce 'deki "Touring" ve "Tour" kelimeleri de Latince dönme hareketini ifade eden "Tornus" sözcüğünden türetilmiştir. Dairesel bir hareketi ifade etmekte olan "Tour" hareket edilen yere geri dönmek şartıyla yapılan ziyareti ifade

etmektedir. Eğitsel ve kültürel özellik gösteren ya da zevk için yapılan seyahatleri ifade etmek amacıyla “Touring” kelimesi kullanılır (Küçükaslan, 2007: 1; aktaran Uluçeçen, 2011: 6). Dönme, dönüş, devir ve gezinti gibi anlamları olan turist ve turizm kavramlarının farklı tanımlamaları yapılmıştır (Doğan, 2012: 5). Bu doğrultuda turizm ve turist kavramlarını açıklarken dikkat edilecek ilk unsurlar olarak hareket ve geri dönüş olayından bahsedebiliriz (Durgun, 2006: 5).

Türkçede kullanılan “Seyyah” kelimesi “turist”, “seyahat” kelimesi ise “turizm” deyimlerinin karşılığıdır. Fransızcadan gelip dilimize yerleşmiş olan “turist”, “turizm” ve “turistik” kavramları ilk olarak İngilizler tarafından kullanılmıştır. Birçok uzman ve bilim adamı tarafından tanımlanmaya çalışılmış olan turizmin en çok sözü edilen ve İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından benimsenen tanımını 1941 yılında W.Hunziker yapmıştır. Bu tanıma göre turizm; “para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür” (Ürger, 1992: 10).

Turizmin farklı boyutlarına önem verip bunları araştıran uzmanlar bugüne kadar birbirinden farklı ama birbirine zıt olmayan tanımlar yapmışlardır (Usta, 2014: 6). Bu nedenle turizm kavramı üzerine yapılan birçok tanım bulunmaktadır (Durgun, 2006: 5). İnsana özgü ve sosyal bir olay olma özelliği bulunan turizmi en basit tanımı ile ele alacak olursak; bir yerin tarihi ve doğal güzelliklerini görmek, o yeri tanımak, ziyaret edilen yerde eğlenmek ve dinlenmek için yapılan gezilere turizm denir.

Turizm; insanların sürekli ikamet ettikleri ve çalıştıkları yerler dışına yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek şartıyla yaptıkları seyahatleri kapsamaktadır. Bunlar; dinlenme, eğlenme, spor, sağlık, kültür, kongre ve seminerler, dini ziyaretler gibi kişisel ya da kitlesel olarak yapılan seyahatlerdir. Yapılan seyahatlerin turizm faaliyeti sayılabilmesi için kişilerin seyahat ettikleri yerlerde en az bir gece konaklayarak turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri gerekmektedir (Özgüç, 2003: 15; aktaran Tapur, 2009: 473). Yapılan konaklamaların kişilerin kendi konutları dışında olması, turizm amacına yönelik yapılan tesislerden yararlanılması esas olandır (Usta, 2014:7).

Özünde ticari bir kazanç amacına yönelik olmayan turizmin en fazla kabul gören tanımı; insanların devamlı ikamet ettikleri ve çalıştıkları yerler dışında geçici olarak konaklamalarından doğan seyahatlerdir (Kozak, 2012: 13). Diğer bir tanıma göre turizm; “sürekli yaşanan yer dışında dinlenme ve eğlenme gibi ihtiyaçların giderilmesi amacıyla tüketici olarak yapılan seyahattir”(Boz, 2006: 6).

Yalnızca ticari bir kazanç amacına yönelik olmayan ancak ekonomik bir yönü olan turizm birçok boyutta ülkelerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Son yıllarda çok farklı amaçlar için popüler bir küresel faaliyet olan turizm turistlerin tercihine bağlı olarak deniz-kum-güneş turizminden eğlence-eğitim-çevre turizmine kaymıştır. Doğal, tarihi, sağlık, termal, spor, kültürel, kongre, eğitim gibi faaliyetlerle çeşitlendirilen turizm ekonomisi, iş, sosyoloji, politika, hukuk ve çevre gibi çalışma alanları ile de bağlantılıdır (Künü vd., 2015: 73).

Turizm sadece bir seyahat ve konaklama olayı değil aynı zamanda endüstri yönü olan bir olaydır. Müşteri çekmek ve müşteriye hizmet etmek gibi turistlerin yararlanacağı donanımın oluşturulması turizm faaliyetlerinin “ağır ve entegre bir hizmet endüstrisi” olduğunu ortaya koymaktadır (Durgun, 2006: 6).

Ülke ekonomileri için önemi hızla artan bir sektör niteliği kazanan turizm özellikle 20.Yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülke ekonomilerinin karşılaştığı ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında adeta bir çıkış noktası haline gelmiştir. İktisadi kalkınmada önemli bir unsur olan turizm sektörü sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandıran, ülke genelinde istihdamı arttıran, yabancı sermaye girişi ve döviz girdisi sağlayan önemli bir ekonomik alandır. Aynı zamanda sosyal bir olay niteliği kazanan turizm dil, din, ırk ayrımı olmaksızın insanlar arası ilişkileri barış ve dostluk duygularını geliştiren bir sektördür (Dünyada ve Türkiye’de Turizm, 2008: 1).

Birinci Dünya Savaşı nedeniyle 1914-1918 yılları arasında duraklama gösteren turizm özellikle 1930 Dünya Ekonomik Krizini izleyen yıllarda bilim insanlarının ilgisini çekecek yapısal bir büyüklüğe ulaşmıştır. Ekonomi, hukuk, sosyal ve psikoloji gibi insan ihtiyaçlarının ve ilişkilerini konu alan sosyal bilim dalları arasında yer almıştır (Gürdal, 2001: 9).

Öznesini insanın teşkil ettiği ve turizmin ayrılmaz bir parçası olan turist kavramı OECD tarafından “devamlı oturduğu ülkenin dışında başka bir ülkeyi 24 saatten az olmayacak şekilde ziyaret eden kişi” olarak tanımlanmıştır (Toskay, 1978; aktaran Doğan, 2012: 5).

Hem “turizm” hem de “turist” kavramlarının tanımlarında görüldüğü gibi bu iki kavramında en önemli ve esas ögesi bireydir. Aynı zamanda turist, turizm olayının öznesidir. Turist kavramında belli bir amaç ölçütü bulunmaktadır. Örneğin; dinlenme için, aile ilişkisi nedeniyle ve içinde bulunduğu uğraşından kaynaklanan nedenlerden dolayı seyahat eden kişiler turist olarak adlandırılır (Eralp, 1983: 37-38). Çeşitli tanımları yapılmış olan turizm ve turist kavramlarının en önemli belirleyicisi bireydir (Yıldız, 2011: 54).

Sonuç olarak turizm olayına katılan ya da öznesi olan “turist” sürekli yaşadığı yerden geçici olarak ayrılan gittiği yerlerde önceden kazandığını harcayan kimseye denir.

1.1.2. Turizmin Çeşitleri

Küreselleşme ve buna bağlı olarak değişen sosyo-ekonomik ve teknolojik koşullar tüketim kalıplarını da önemli ölçüde değişikliğe uğratmaktadır. Bununla doğru orantılı olarak her geçen gün alışılmışın dışında bir değişiklik turizm talebinde de kendini hissettirmektedir. Yani kitle turizmi ürünlerinden, özel ilgi turizmine doğru bir eğilim mevcuttur (Kahraman ve Türkay, 2012: 44).

Değişen turizm talepleriyle beraber turistlerin seyahat nedenleri, seyahat türleri, konaklama şekilleri, gelir düzeyleri, zevkleri birbirinden son derece farklı olduğundan turizm işletmelerinin faaliyet konuları da farklılık göstermektedir (Usta, 2014: 11).

Turistik olay ve ilişkilerin oluştuğu yere göre turizmin yapısal niteliğini iki farklı şekilde inceleyebiliriz (Durgun, 2006: 7);

- **İÇ TURİZM:** Kişilerin turistik amaçlı olarak kendi ülkelerinin sınırları içinde yaptıkları seyahatlere denilmektedir. Seyahat edeceklerden pasaport ve vize gibi izin belgeleri istenmediği gibi, yabancı dil bilgisi ve döviz ihtiyacına da gerek duyulmaz.

• **DIŞ TURİZM:** Kişilerin turistik amaçlı olarak kendi ũlkeleri dıŐındaki ũlkelere yaptıkları seyahatlere denilmektedir. İç turizmde gerek duyulmayan pasaport ve vize gibi izin belgelerine ve yabancı dil bilgisi ile dŧvize ihtiyaç duyulmaktadır.

Kişilerin talepleri farklı olduğu için turizm olgusuna katılmasını sağlayan nedenler de farklıdır. Amaçların birbirinden farklı olması nedeniyle bir turistin hangi neden ya da amaçla seyahate karar vermiŐ olduğunu belirlemek oldukça gũçtũr. Seyahat ve konaklama sũresince yapılan faaliyetlere ve kurulan ilişkilere bakılarak turizm tũrlerini gruplamak mũmkũndũr (Usta, 2014: 11). Resim 1’de turizm eŐitleri bulunmaktadır.

Resim 1: Turizm eŐitleri



Gũnũmũzde en geniş ve en hızlı gelişen sanayilerden biri olan turizm konusunda çeŐitlilik ŧnemlidir. GerçekleŐen bu hızlı bũyũme ve gelişme turizm ũrũnlerinin ve mekũnlarının da çeŐitlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Turizmin olumlu sonuçlarının yansımaları olarak geleneksel turizme ek olarak alternatif turizm seçenekleri gũndeme gelir. Geleneksel turizme tepki biçiminde, onun alternatifini

olarak doğan alternatif turizm; döviz girdilerinin ve turizmden elde edilen gelirlerin artırılması, turizm yatırımlarının daha verimli kullanılması gibi sonuçları meydana getirmiştir (Uluslan ve Batman, 2010: 245).

Günümüzde hâkim olan deniz, güneş ve kum üçlüsünün oluşturduğu kıyı turizmi değişen ilgi ve istekler doğrultusunda doğal, tarihi ve sosyal arz unsurlarıyla ön plana çıkan bölgelere doğru geçiş yapmaktadır. Önceleri kıyılarda gelişmekte olan ve zamanlayeni turizm akımlarının gelişmesiyle iç kesimlere yönelen turizm buralarda alternatif turizm mekânlarının oluşmasına neden olmuştur. Bu yerler doğal, tarihi ve kültürel yönden önemli potansiyele sahip kesimlerdir (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 2-3).

1.1.2.1. Eko Turizm

Geleneksel turizm anlayışında sona gelmiş olan tüketiciler alışılmışın dışında deneyimler yaşama arzusundadırlar. Deniz, kum, güneş üçgeninden ziyade bozulmamış bir doğa ve temiz bir çevrede doğa ile iç içe olacak şekilde turistlerin beklentileri kendini göstermektedir. 1970’li yıllarda yerel halkın refahını devam ettiren, doğal çevreyi koruyan sorumlu turizm olarak türetilen “eko turizm” kavramı 1983 yılında Hector Ceballos-Lascurain tarafından tanımlanmıştır. Ona göre ekoturizm; manzara, yaban bitki ve hayvanları, mevcut kültür kalıntılarını inceleme, takdir etme amacıyla nispeten el değmemiş ve kirlenmemiş yerlere ve alanlara yapılan seyahatlerdir (Doğan, 2012: 49).

Turizmde sürdürülebilirlik arayışları ile gündeme gelen Eko turizm, çevresel kaynakların korunmasına bağlı olarak gelişen bir turizm çeşididir. Bir sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülen Eko turizm doğaya dayalı turizm olarak tanımlanır. Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı olma bilincini geliştiren Eko turizm kapsamındaki geziler genellikle küçük gruplar halinde gerçekleştirilir (Kahraman ve Türkay, 2012: 45-46).

Doğal hayat yönünden önemli bir yere sahip olan alanların bozulmadan, tahrip edilmeden olduğu gibi muhafaza edilerek turizme kazandırılmasının sözcüğü olduğu Eko turizm doğal çevre ile barışık bir turizm türüdür (Tutar, 1998: 331; aktaran Durgun, 2006: 98). Sonuç olarak flora, fauna, habitat ve yaban hayatına

zarar vermeden ekosistemin korunmasını teşvik eden Eko turizm, çevreyi koruyan ve doğal alanlara karşı duyarlı olan bir seyahattir (İzmir Turizm Sempozyumu, 2006: 116).

1.1.2.2. Kültür Turizmi

Kültür turizmi ise çeşitli medeniyetlere sahne olan yerlerdeki antik mirası yerinde görmek amacıyla yapılan seyahatleri kapsar (Güngördü, 2007: 9). Bir bölgenin kültürel değerlerinin temel çekim ögesi kültür turizmini oluşturur. Bazen bölgede yaratılan sanatsal objeler, bazen sanat eserlerinin sergilendiği müzeler ve bazen de bölgede yaşayan insanların yaşam şekilleri bir bölgenin kültürel değerleridir. Bu açıdan kültür turizmi ile ekoturizm arasında çok yakın bir bağ bulunduğunu söyleyebiliriz. Bu konuda örnek verecek olursak, Karadeniz kıyılarına yapılacak olan bir ekoturizm, bu bölgenin doğal yapısı kadar bölge insanının kültürel değerleri ile ilgili deneyimleri de sunmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2012: 51).

Dünyanın her bölgesinde bilinen en eski turizm hareketleri inanç ve kültür turizmleridir. Örneğin; Eski Yunan ve Roma kültürünün günümüze ulaşan faaliyetlerinden olan Olimpiyatların kökeni de inanç ve kültür turizmine dayanmaktadır (Durgun, 2006: 96).

1.1.2.3. İnanç Turizmi

İnanç turizmi kapsamında değerlendirilecek seyahatlerin ortaya çıkışında kültürel çevre unsurlarının yeri önemlidir. Çünkü ziyaret edilen dini yerler veya yapılar genellikle tarihi yerler olmaktadır. İnanç turizmi kapsamında seyahate katılan turistlerin amacı dini yerleri ziyaret etmektir (Kahraman ve Türkay, 2012: 55). İnsanlar dini yerleri ziyaret etmek ve farklı inanç merkezlerini görmek amacıyla dini turizm etkinlikleri gerçekleştirirler (Durgun, 2006: 8).

Kutsal yerlerin bu dinlere inanan turistler tarafından ziyaret edilmesi inanç turizmi faaliyeti içerisinde değerlendirilir. İlk çağlardan itibaren farklı kültür, uygarlık ve dinler arası oluşan yakın ilişkilere sahne olan Anadolu'da Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Yahudiliğe ait inanç turizmi kapsamına giren önemli ziyaret merkezleri bulunmaktadır (Demir, 2015: 38-39).

1.1.2.4. Termal Turizm

Termal kaynakların sağlık ve tedavi amacıyla kullanılmasıyla ortaya çıkan termal turizm; “bilimsel ve tıbbi yönden tedavi edici özelliklere sahip kaynakların değişikliğe uğratılmaksızın uygulanan kürlerle çeşitli hastalıkların tedavisi için yararlanılmasına ilişkin faaliyetlerin tümü” olarak tanımlanan termal turizm sağlık amacıyla yapılan seyahatleri kapsar. Termal turizm zinde olmak, güzelleşmek, rahatlamak amaçlarıyla sağlıklı insanlara da hitap eder. Ülkemizde ılıca, çermik ve içme gibi değişik isimlerle anılan su kaynaklarından bazıları Kızılcahamam, Gazlıgöl, Gönen, Sarayköy ve Pamukkale-Karahayıt gibi kaplıcalardır (Demir, 2015: 34). Turistler sağlıkları açısından faydalı olabilecek bir hizmeti satın almak için ülkemizde de bulunan ve yukarıda adı sayılan kaplıca, ılıca ve benzeri doğal yeraltı kaynaklarına sahip yerleri ziyaret ederler (Kahraman ve Türkay, 2012: 53).

1.1.2.5. Kış Turizmi

Hayat standartları yükselen ve daha fazla boş vakti bulunan insanlar yaz mevsiminin dışında kış mevsiminde de tatile gitmek istemektedirler. İnsanların dinlenmek ve eğlenmek amacıyla tercih ettiği yerler haline gelen dağlık, ormanlık ve karlı bölgeler kış turizmine en uygun mekânlardır. Temiz havanın bol olduğu dağlık alanlar özellikle büyükşehirlerde yaşayan insanlar tarafından kış ve dağ sporları turizminin önemini artırmıştır (Uluçeçen, 2011: 102).

Genellikle karlı ortamlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olduğu turizm hareketi olarak tanımlanan kış turizmi günümüzde sadece bir spor turizmi olmaktan çıkmıştır. Doğal alanların konaklamalı, eğlence tesisli kayak merkezlerine dönüştürülmesi ile bu alanlar bir pazar etkisine girmiştir (Dinçer ve Demiroğlu, 2015: 55-56).

Kar yağışına bağlı olarak dağların kar alabilen kısımlarında kar kayağı vb. gibi karda yapılan diğer sporların önem kazandığı bir turizm çeşidi olan kış turizmi tamamlayıcı turizm türlerinden biridir (Oktayer vd., 2007: 141). Kar yağışı ile orantılı olarak gelişen kayak sporu kış sporlarının en önemlisidir. Bunun için gereken kayak pistinin dağların yamaçlarında bulunması kış turizmi ile dağ sporları turizmi arasında yoğun bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Uluçeçen, 2011: 103).

1.1.2.6. Macera Turizmi

Güç koşullar altında doğal ve tehlikeli ortamlarda değişik spor aktivitelerine katılmak isteyen birçok turistin buradaki amacı şehir yaşamının stresinden kurtulmaktır. Macera turizmi kapsamında olan doğal ve tehlikeli ortamlarda gerçekleştirilen spor aktiviteleri katılanlara heyecan verici ve aynı zamanda gerilim yaşatacak türden aktiviteler olmaktadır. Dağcılık, uzun yürüyüşler yapmak, değişik kar sporları vb. katılımcıları şehir yaşamının güvenliğinden uzakta, doğal ortamda deneyimlere sürükleyen ve onlara fiziksel güçlerini test etme olanağı veren bu sportif aktiviteler dağlar, ırmaklar, ormanlar gibi doğal kaynaklara bağlıdır (Kahraman ve Türkay, 2012: 52).

1.1.2.7. Politik Turizm

Ulusal veya uluslararası siyasi ilişkiler nedeniyle devlet adamı, diplomat ve kamu görevlilerinin katıldıkları turizm hareketine politik turizm denir (Usta, 2014: 13). Yani şu demek oluyor ki siyasi maksatlı olarak yapılan yer değiştirme hareketlerinin tümü politik turizm kapsamındadır (Güngördü, 2007: 9).

1.1.3. Turizmin Önemi ve Özellikleri

Çok hızlı bir değişim ve dönüşüm süreci içerisinde olduğumuz küreselleşen dünyada hızla gelişip ilerleyen teknoloji, artan gelirler ve farklılaşan ihtiyaçlar yaşam standartlarını da gün geçtikçe yükseltmektedir (Karataş ve Babür, 2013: 15). Bu doğrultuda ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişimler yirminci yüzyılın ikinci yarısında turizm alışkanlıkları ve ihtiyaçları üzerinde büyük etkiler meydana getirmiştir. Bunun sonucu olarak da uluslararası düzeyde bir turizm hareketi doğmuştur (Usta, 2014: 1-2).

Sonuç olarak özellikle gelişmekte olan ülkelerin üzerinde önemle durması gereken turizm, ekonomik kalkınmada kaynak sağlayan bir sektör olduğu kadar çağdaş uluslararası ilişkilerde toplumları birbirine kavuşturan ve kaynaştıran bir sektördür (Boz, 2006: 17).

Sosyal, kültürel, politik, sağlık, fiziksel çevre, demografik vb. birçok etki alanına sahip olan turizm faaliyetinin en önemli ve en etkili sonuçları daha çok ekonomi alanında ortaya çıkmaktadır. Ükelere önemli ölçüde gelir getirici bir

özelliğe sahip olan turizm faaliyetinin ülke ekonomisine önemli katkıları bulunmaktadır. Turizm ülkelerin sosyal refah düzeyini artırıcı ve istihdam sağlayıcı bir özelliğe de sahiptir (Coşkun, 2010: i).

Seyahat edilen yerleri sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan etkileme özelliğine sahip olan turizm temelinde insan olan bir hizmet sektörüdür. Dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, kutsal sayılan yerlerin ziyareti etme gibi etkenler turizmin gerçekleşmesi için gereklidir. Boş zamanların değerlendirilme faaliyeti olarak görülen turizmin en önemli özelliği ülkeye döviz girdisi sağlaması ve yeni istihdam alanlarının oluşturulmasıdır (www.kulturelbellek.com, 2016).

Turizm insanın insana hizmet ettiği beşeri ilişkiler bütünüdür. Temel amacı dinlenmek ve rekreatif faaliyetlere katılmak olan turizm boş zamanların merak, din, kültür, eğitim-öğretim, sağlık ve spor gibi değişik faaliyetler ile değerlendirilmesini sağlar (Gürdal, 2001: 12). Her ne kadar doğal felaketler, salgın hastalıklar ve terör gibi olaylar, bölgesel ya da küresel bazda turizmde zaman zaman dalgalanmalara neden olsa da önemli bir ekonomik etkinlik olan turizm hızlı gelişimini bugün olduğu gibi gelecekte de koruyacaktır. Çünkü insanların turizm talebi de her geçen gün artmaktadır. Ülkeler de ekonomilerindeki çıkmazları ekonomik ve sosyal yönden önemli bir etkinlik haline gelmiş olan turizm ile aşmaya çalışmaktadırlar (Somuncu, 2006: 163).

1.2. Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri

Dünyanın en önemli hizmet sektörlerinden biri haline gelmiş olan turizm; insanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını doğrudan ve dolaylı olarak, belli bir zaman aralığında ve mekânlarda karşılayan etkili ve güçlü faaliyetlerden biridir (Usta, 2014: 51). Daha çok iktisadi bir faaliyet olarak görülen turizm ile ülkelerin yakından ilgilenmelerinin temel iki nedeni bulunmaktadır. Bunlar turizmin ülke ekonomisine ve toplumsal refah düzeyinin yükselmesine yaptığı katkılardır. Sahip olduğu değerler itibarıyla sosyal bir nitelik gösteren turizm çok yönlü ve karmaşık bir olaydır (Gürbüz, 2002: 50).

Ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte bugün en hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelen turizm gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede önemli bir ekonomik faaliyet olduğu gibi ekonomik büyümenin ve gelişmenin de en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Bahar, Ed. Kozak, 2013: 5). Verimli oluşu ve istihdamı sağlaması gibi nedenlerle ekonomik sorunların çözülmesinde bir çıkış noktası olarak görülen turizme yapılan yatırımlar çok yüksek düzeyde döviz getirisi sağlamaktadır. Buradan turizmin kalkınma için gerek duyulan döviz girdisini sağladığı görülmektedir. (Demirtaş, 2010: 241; aktaran Uluççen, 2011: 15).

1.2.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri

Bir ülkede öncelikle döviz arz ve talebini etkileyerek ödemeler bilançosunu değiştiren etken turizm hareketleridir. Turizme yön veren kişi olan turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamaları yani ülkenin ekonomisinde meydana getirdiği para hareketleri ve parasal değişiklikler parasal etkiler olarak ele alınmaktadır (Durgun, 2006: 17).

Özellikle gelişmekte olan ülkeler bakımından ihtiyaç olan döviz girdisini sağlayan turizm istihdam olanaklarını artıran, ekonomik olarak kalkınmaya etki eden ve ülkeler arasında ortak bir yaşam kalitesinin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Bugün dünyada en hızlı gelişip büyüyen sektörlerin başında yer almakta olan turizm büyümesini devam ettirmekte olan dinamik bir sektördür. Aynı zamanda diğer sektörlerin de tetikleyicisi olarak işlev görmektedir (Oktayer vd., 2007: 3).

1.2.2. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi

İnsan unsuru tarafından gerçekleştirilebilen hizmet, turizm sektöründe çok önemli bir yer tutmaktadır. Ekonomik kalkınmanın en önemli amaçlarından biri olarak istihdam ve yeni iş olanakları yaratma özelliği emek-yoğun bir sektör olan turizm sektörünün önceliğidir. Bu doğrultuda turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte doğrudan ve dolaylı olarak istihdam olanakları da artmaktadır. Konaklama sektörü, restoranlar, turizm acentaları gibi turistik işletmeler doğrudan istihdam olanaklarına

örnek iken başta tarım, inşaat, imalat, ulaşım olmak üzere diğer sektörlerde dolaylı olarak istihdam olanaklarına örnektir (Boyacıoğlu, Ed. Küçükaltan, 2015: 203).

Emek-yoğun bir sektör olan turizm sektöründe insan gücüne olan ihtiyaç diğer sektörlerle göre daha fazladır (Turizm Sektör Raporu, 2008: 21). Çünkü turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon imkânları sınırlıdır. Böylelikle turizm sektörünün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir (Coşkun, 2010: 57). Emek-yoğun üretimi nedeniyle, istihdam sorununun çözümünde turizm sektörü önemli katkılar sağlamaktadır (Usta, 2014: 53).

Turizmin gelişmesiyle birlikte nitelikli veya niteliksiz çok sayıda iş imkânı doğmuştur. Konaklama, ulaşım, eğlence, seyahat acentesi, yönetim, finans ve sağlık gibi birçok endüstri ile doğrudan bağlantılı olan turizm sektörü tarım ve imalat gibi bazı endüstriler ile de dolaylı olarak bağlantılıdır (Durgun, 2006: 26).

Turizm sektöründe oluşan bölge ya da ülke ekonomilerinde meydana gelen üç tür istihdam bulunmaktadır. Bunlar(Olalı Timur, 1988: 147; aktaran Coşkun, 2010: 58);

- Doğrudan İstihdam: Turizm sektöründe yer alan konaklama, yeme-içme, hediyelik eşya, seyahat acentaları gibi tesislerde meydana gelen istihdamdır.
- Dolaylı İstihdam: Diğer sektörlerde meydana gelip turizmi ilgilendiren ve turistik arz içinde olup sektöre girdi veren doğrudan turistik harcamalar sonucu ortaya çıkmayan istihdam türüdür.
- Uyarılmış İstihdam: Turizmden elde edilen gelirlerin tekrar kullanması sonucu ortaya çıkan istihdamdır.

1.2.3. Turizmin Alt Yapı Ve Üst Yapı Üzerindeki Etkisi

Turist çekmek ve turizmden önemli bir pay almak hedefleniyor ise ülkelerin alt yapı ve üst yapı olanaklarını üst seviyelere çıkarları gereklidir. Çünkü bir ülkede turizm sektörünün gelişmesi isteniyor ise alt yapı ve üst yapı olanaklarının belirgin bir iyileşme göstermesi gerekmektedir. Böylelikle gelişen turizm sektörü ile birlikte alt yapı ve üst yapı olanaklarında da belirgin bir iyileşme görülmektedir (Övgü Demiral, 2012: 50-51). Bir ülkede bulunan alt yapı ve üst yapı gibi genel hizmetlerin mevcut ve yeterli düzeyde olması o ülkeye yönelen turist talebinin karşılanması açısından önemlidir (Coşkun, 2010: 64). Yani bir ülkenin, bölgenin veya yörenin turizme açılabilmesi için gerekli olan ekonomik yönden görünmeyen hizmet olarak karşımıza çıkan alt yapı, ulaştırma ve yerel hizmetlerin tamamlanmış olması gerekir. Bununla birlikte üst yapı yatırımları da aynı şekilde turizm sektörünün gelişmesi için önem taşıyan diğer bir aktördür. Ekonomide üst yapı kurumu olarak yer alan turizm sektöründe turistik tesisler üst yapı yatırımlarını ifade etmektedir (Övgü Demiral, 2012: 50-51) Bir ülkede üst yapı yatırımlarının ve döviz gelirlerinin artışı turizmin gelişmesiyle doğru orantılıdır (Turizm Sektör Raporu, 2008: 21).

Turizmin alt ve üst yapı üzerine olan etkisini belirlemek oldukça güç olsa da turizm sayesinde elde edilen gelişmelerin alt ve üst yapıya katkı sağladığı bilinmektedir. Alt yapı yatırımlarını ulaştırma, su, enerji, kanalizasyon, haberleşme gibi temel kamu hizmetleri kapsamında olan “genel alt yapı” ve turizm faaliyetini gerçekleştirmek üzere bu hizmeti yerine getirecek olan tesisler ile işletmeleri kapsayan “turistik alt yapı” olmak üzere iki şekilde incelenebilir (Coşkun, 2010: 64-65).

1.2.4. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi

Turizm sektörü hammadde bakımından dışa bağımlılığı az olan ve yerel kaynaklara dayalı gelişme sağlayabilen bir özelliğindedir. Turizmin hammaddesi ülkenin dini, doğal, tarihi, kültürel, folklorik vb. değerleridir. İnsan emeğine olan ihtiyaç diğer sektörlerle oranla daha fazladır. Çünkü turizm emek-yoğun olan bir sektördür (Usta, 2014: 53).

Bir ekonomide sektörlerin birbirlerine sağladıkları mal ve hizmet miktarı ile üretim miktarı arasındaki ilişkiler “sektörler arası bağımlılık” olarak adlandırılmaktadır. Bu özellik üretimden pazarlanma aşamasına kadar turizm ürününü oluşturan bütün kısımlar arasında iş birliği ve koordinasyonu gerektirir. Turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün sektörlerinden yararlanan turizm sektörü bazı sanayi kollarını içine aldığı gibi bazılarına da kendi ihtiyaçlarına göre şekil vermekte ve bir kısmını da yeniden meydana getirmektedir (Övgü Demiral, 2012: 47). Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm sektörü taşıdığı özellikleri nedeniyle ekonomideki diğer sektörlerle yakından ilişkilidir. Bu ilişki tarım, sanayi ve hizmet olmak üzere üçlü sektör ayrımı ile incelenebilir (Coşkun, 2010: 65);

Tarım Sektörüne Etkisi: Turizm sektörüyle en yakından ilişkili olan tarım sektöründe turizmin gelişmesine paralel olarak üretim kalitesinin artar ve kaliteli ürün değerini bulur. Aynı zamanda turizmden gelir elde edenlerin ve tarımsal ürünlere yönelik olan turistik tüketim harcamaları gelir etkisinin de artmasına neden olur. Turizm sektörüne bağlı olarak çiftçilerin yaz aylarında arazilerini kamping ve karavan turizmine açması tarım sektörünün gelirini artırırken bu sektörde görülen mevsimlik işsizliği turizmin gidermesi gibi etkiler, turizmin tarım sektörüne etkileri olarak sayılabilir (www.frmtr.com, 2017).

Gelir ve istihdam üzerinde görülen etkiler, turizmin tarım sektörü üzerindeki en önemli etkileridir. Turistik alanlarda artan turizm talebine paralel olarak, yerli halkın tarımsal ürün talebi yanında turistlerin yeme içme ihtiyacını karşılayan tarım ürünlerine olan talebinin artması sonucu üretim artar ve böylece tarım sektöründe yer alan kişilerin gelirlerinde de artış olur. İstihdam alanında ise, turizm tarım sektörünün mevsimlik olmasından dolayı ortaya çıkan mevsimlik işsizliğin giderilmesi şeklinde ortaya çıkar. Bu da özellikle nitelikli olmayan elemanlara sağlanan istihdam olanakları ile iç göç önlenerek bu insanlar bölgede tutulmaktadır (Durgun, 2006: 32-33).

Sanayi Sektörüne Etkisi: Artan turistik yatırımlar sonucu bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde turizm sektörünün etkisi görülür. Yatırım malı, ara mal ve tüketim malı üreten sanayiler olmak üzere üç açıdan

değerlendirilenancayatırım malı üreten sektörlerde oldukça zayıf olan turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisi en çok tüketim malı ve ara mal üreten sanayi kollarında ortaya çıkar (Coşkun, 2010: 67).

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerine etkilerini değerlendirecek olursak turizmin en yoğun etkisi içki ve gıda sanayi, giyim ve dokuma sanayi ve hediyelik eşya gibi tüketim mallarını üreten sektörlerde görülmektedir. Bunun yanında turizmin gelişimiyle doğru orantılı olarak hareket eden birde inşaat malzemeleri sanayi bulunmaktadır (Durgun, 2006: 33).

Hizmet Sektörüne Etkisi: Turizm kendisinin de öncüsü olduğu hizmetler sektörünün gelişimine önemli katkı sağlamaktadır. Hizmetler sektörü; günlük ve lüks tüketim, yardım ve güvenlik hizmetleri, tatil ve turizme yönelik hizmetler, ticari faaliyetler ve bazı kamu hizmetlerini kapsamaktadır (Durgun, 2006: 33). Bir yöredeki turistik arz ve talepler o yörede hizmet sektörünün önem kazanarak gelişmesine katkı sağlar.

Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri şu şekilde incelenmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 113; aktaran Coşkun, 2010: 68);

- Cari tüketim ile ilgili olarak ekmek, et, manav, bakkal, vb. hizmet üretim sektörünü geliştirir.
- Donatım satanları ile ilgili olarak inşaat, mobilyacılık, elektrikçilik, boyacılık, vb. hizmet sektörünü geliştirir.
- Lüks hizmetlerle ilgili olarak kuyumcu, sauna, gece kulübü, antikacılar vb. hizmet üretim sektörünü geliştirir.
- Ulaşım, gece kulüpleri, eğlence yerleri,, animasyon ve rekreasyon etkinlikleri gibi tatil ve turizme yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine destek olur.
- Bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte yol, su, elektrik, haberleşme, kanalizasyon ve sosyal konutlar gibi o bölge kapsamındaki kamu hizmetleri de gelişir.

1.3. Turizmin Bölgelerarası Dengeli Kalkınmaya Etkisi

Üretim miktarındaki artışı ve sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişimleri ve gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya bulunduğu durumları içeren ekonomik kalkınma daha çok gelişmiş ülkelerde görülen ekonomik büyümeden daha geniş bir anlam taşımaktadır (Çeken, 2008: 295). Ülke içindeki bölgelerarası farklılıkların en aza indirilmesi ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme ile sağlanmaktadır. Ülke içerisinde bölgelerarası dengesizliklerin ortadan kaldırılarak ülkenin ekonomik bakımdan gelişmesine katkıda bulunması açısından turizm önemli bir role sahiptir (Coşkun, 2010: 63).

Dünya genelinde hız kazanan küreselleşme olgusu ile birlikte ülkelerarasındaki gelişmişlik seviyesi gittikçe artmaktadır. Bu gelişmişlik farkı yalnızca ülkeler arasında değil aynı ülke içinde bölgelerarası farklılıklar olarak da görülmektedir (Çeken, 2008: 293).

Hemen hemen her ülkede bir merkez etrafında yoğunlaşım etkisini buralarda daha fazla hissettiren ekonomik ve sosyal faaliyetler, bölgelerarası gelişme farklılıklarını ortaya çıkarmış ve bu da büyük dengesizliklerin yaşanmasına neden olmuştur (Övgü Demiral, 2012: 59). Bazı bölgeler iktisadi, sosyal ve kültürel yönden daha hızlı geliştiği için bir ülkenin bütün bölgeleri aynı anda gelişmez (Durgun, 2006: 43). Bölgesel kalkınma çabaları, bölgesel dengesizliklerin azaltılması ve nispeten geri kalmış olan yörelerin yaşam standartlarının belirli bir düzeye yükseltilmesini hedef alır. Bölgesel kalkınmada önemli bir role sahip olan turizm bölgesel ekonomik dengesizliklerin azaltılmasında bir araç olarak düşünülmektedir (Övgü Demiral, 2012: 59).

Yeni iş imkânları oluşturması nedeniyle bölgelerarası gelir dağılımını olumlu yönde etkileyerek bölgeler arası dengeli kalkınmaya olanak sağlayan turizmin geliştiği bir ülkede döviz sıkıntısı hafifletmekte, rekabet gücü ve verimliliği artmakta, dış ticaret dengesi olumlu yönde etkilenmekte, istihdam olanakları artmakta ve bir bütün olarak ulusal gelirden artış olmaktadır. Özetle; turizmin gelişmesi ile birlikte ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki meydana gelmektedir (Brohman, 1996: 49-52; aktaran Övgü Demiral, 2012: 61).

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA VE KALKINMA AJANSLARI

Bölge, bölgeler arası eşitsizlik, kalkınma, bölgesel kalkınma, sürdürülebilir kalkınma, gelişme ve büyüme gibi kavramlar iç içe geçmiş olup ülkelerin ve bölgelerin kalkınması için son zamanlarda birçok açıdan ele alınmaktadır. Gelişme, büyüme, ülke ve bölge ekonomisinde görülen üretim artışı, bölgesel dengesizliklerin giderilmesi, istihdam oranının artması ve buna bağlı olarak gelir adaletsizliklerinin hafifletilmesi, sosyo-kültürel alanlarda yaşam düzeyinin yükselmesi gibi konular kalkınma olgusunu ortaya çıkarmıştır (Özkan vd., 2014: 34). Bu kapsamda bu bölümde kalkınma ve bölgesel kalkınma kavramlarına değinilerek Türkiye’de bölgesel kalkınma politikalarından bahsedilmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında bölgesel kalkınma ajansları ve bölgesel kalkınmada turizm hakkında bilgi verilmiştir.

2.1. Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma

Yaşanan hızlı kentleşme, demokratikleşme ve insan hakları konusundaki gelişmeler küreselleşmenin de etkisiyle tüm dünyada hissedilmektedir. Küreselleşme, yerellik, merkeziyetçi yapılardan uzaklaşma, kalite yönetimi gibi olgular merkezi ve yerel yönetimlerin değerlendirilmesinde yeni gelişmelere yol açmıştır. Merkezi yönetimlerin aşırı ölçüde büyümesi sonucunda demokratikleşme noktasında merkezi yönetimlerin sahip olduğu yetki ve kaynakların taşra yönetimlerine ve yerel yönetimlere devredilmesi gerektiği görülmüştür (Toprak, 2005: 209). Belli bir toprak parçası üzerinde egemen olmakla kalmayıp bu toprak parçası üzerindeki tüm sosyo-ekonomik ilişkileri düzenleyen modern devlet aygıtının ortaya çıkışından bu yana devletin en büyük sorumluluklarından birini kalkınma kavramı oluşturmuştur. Kalkınma olgusu ülkeler arasındaki gelişmişlik farkını belirtmek için kullanıldığı gibi bir ülkenin farklı bölgeleri arasındaki gelişmişlik farklarını ortaya koyma biçiminde de kullanılmaktadır (Vurucu, 2013: 1).

Kalkınma düşüncesi, ulusal ya da bölgesel düzeyde belirli bir alan, konu veya bölgenin statü kaybının karşılanması ihtiyacıyla ekonomik ve sosyal göstergelerin gerilemesi sonucu ortaya çıkmıştır (Dağ, 2007: 17). Kalkınma, yalnızca üretimin ve kişi başına düşen gelirin artması demek olmayıp iktisadi ve sosyo- kültürel yapının

da değiştirilip yenilenmesi anlamına gelmektedir. Kalkınmanın temel öğeleri arasında kişi başına düşen milli gelirin ve sanayinin ihracat içindeki payının artması sayılabilir (Özdemir, 2014: 4).

Sanayi Devriminden bu yana tüm ülkelerde ön planda olan ekonomik büyüme dün olduğu gibi bugünde ülkelerin politikaları arasındadır. Değişen ve gelişen ekonomik politikaya uyum sağlamak ve ayakta kalabilmek için ülkeler ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlamak isterler. Ülkelerin ekonomik gelişmelerine katkıda bulunacak politikalar uygulayarak büyümeyi ve bölgesel kalkınmayı gerçekleştirmek her zaman bir zorunluluk olmuştur (Cankorkmaz, 2011: 114).

“Dengeli bölgesel gelişme” ya da “bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi” gibi adil bir kalkınma anlayışını dile getiren bölgesel kalkınma kavramı çeşitli bağlamlarda değişik kapsam ve içerikte kullanılmaktadır. Bölgesel kalkınma ulusal hedeflere ulaşabilme amacını gerçekleştirebilmek, ulusal kalkınmayı teşvik etmek ya da refahı yaygınlaştırmak amacıyla başvurulan bir araçtır (Koçak, 2012: 247).

Az gelişmiş olan bölgelerin nispeten gelişmiş olan bölgelere sosyal refahın sağlanması açısından yaklaştırılması, bölgelerarası kalkınmışlık farklarının meydana getirmiş olduğu sıkıntıların azaltılması ve farklılıkların giderilmesinin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Böylece “bölge” ve “kalkınma” kavramları bir bütün olarak ele alınmaya başlanmıştır (Övgü Demiral, 2012: 5). Geri kalmış bölgelerin geliştirilmesini ve bölgesel eşitsizliklerin giderilmesini hedef alan bölgesel kalkınma kavramı ekonomi literatürüne kazandırılmıştır (Boyacıoğlu, 2015: 196).

Bölgesel kalkınma ekonomik, sosyal, politik ve kültürel unsurların hepsini içermektedir. Sosyal boyut alt yapıya dayalı dengesizliklerin giderilmesini kapsarken, ekonomik boyutlu dengesizliklerin giderilmesiyle bölgenin gelişmesi hızlandırılmaktadır (Aydemir ve Karakoyun, 2011: 11).

Bölgede bulunan doğal, ekonomik, kültürel ve teknolojik kaynakların kullanılması yoluyla, yerel fırsatlardan en üst düzeyde yarar sağlamayı amaçlayan bölgesel kalkınma anlayışında insanların ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanması en başta gelen amaçtır. Ekonominin ve toplumun ileriye doğru

gelişmesini sağlamak amacıyla yerel yönetimler, işletmeler, Sivil Toplum Kuruluşları (STK), yerel istihdam büroları, eğitim ve öğretim kurumları, yerel politikacılar ve finans çevreleri bir arada çalışmaktadır (Cankorkmaz, 2011: 119).

2.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları

Üretimin ve kişi başına gelirin artırılmasından ibaret olmayıp ekonomik ve sosyo-kültürel yapının da değiştirilmesi, yenileştirilmesi anlamına gelen kalkınma kavramı toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan belli bir hayat seviyesine ulaşması için belirli politikalar öngörmüştür (Çeken, 2008: 295). İster gelişmiş ister gelişmekte olsun gelişmemiş bölgeler sorunuyla karşı karşıya olan bütün ülkeler geri kalmış bölgelerin kalkındırılmasıyla ilgili politikalar uygulamaktadır. Bu politikalar ve kullanılan politika araçları ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Örneğin; Fransa ve Türkiye'nin azgelişmiş olan bölgeleri yapısal özellikler ve sorunlar bakımından birbirinden farklı olduğundan uygulanacak bölgesel kalkınma politikaları da farklılık gösterecektir. Bu yüzden farklı politika araçları ile bölgesel kalkınmayı sağlayacak politikalar gündeme gelmektedir (Kargı, 2009: 20).

2.2.1. Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Politikaları

Ekonomik ve sosyo-kültürel yapının değiştirilip yenilenmesi anlamına gelen kalkınma kavramı toplumun ekonomik ve sosyal-kültürel açıdan belirli bir hayat standardına ulaşması için belirli politikalar öngörmüştür (Çeken, 2008: 295). İster gelişmiş ister gelişmekte olsun gelişmemiş bölgeler sorunuyla karşı karşıya olan bütün ülkeler geri kalmış bölgelerin kalkındırılmasıyla ilgili politikalar uygulamaktadır. Bu politikalar ve kullanılan politika araçları ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir (Kargı, 2009: 20).

Sosyo-ekonomik kalkınma ve gelişmeyi gerçekleştirmek ülkelerin en büyük sorunu olduğu gibi bu kalkınma ve gelişmenin gerçekleştirilmesi tek başına yeterli olmayıp, kalkınma ve gelişmenin yurt genelinde bölgeler arasında dengeli bir şekilde olması son derece önemlidir. Kalkınma ve gelişme yurt genelinde eşit bir şekilde dağıtılmalı ve sonuçlarından toplumun bütün kesimleri yararlanmalıdır (Aydemir ve Karakoyun, 2011: 40).

Gelişmiş ya da gelişmekte olan bütün ülkelerin temel sorunları arasında ön sırada yerini alan bölgeler arası dengesizliklerin çok çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Tarihi, coğrafi ve sosyo-politik nedenleri bulunan bölgeler arası gelişmişlik farklarının önemli bir nedeni de coğrafyadır (Vurucu, 2013: 99). Coğrafi konumu itibarıyla üç kıtanın kesiştiği, bunlar arasındaki yolların geçtiği stratejik merkezlerin odağı konumunda olan ülkemizde bölgeler arası gelişmişlik farkı en önemli sorunlar arasındadır (Aşgın, 2007: 29).

Ülkemizde bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını gidermek için dönemin şartlarına ve yaygın yaklaşıma göre sürekli bir arayış ve gayret içerisinde olunmuştur. Bu nedenle Türkiye’de yıllar içinde izlenen kalkınma politikalarının var olan şeklini almasında bölgeler arasındaki sosyo-ekonomik dengesizlikler rol oynamıştır. Kişi başına düşen Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla (GSYİH), işsizlik ve okuryazarlık oranı gibi bölgesel dengesizlikleri oluşturan etkenler arasındaki farkları azaltmak amacıyla bir takım politikalar yürütülmüştür. Bu politikalarda belirlenen hedeflere ulaşmak için var olan kaynakların verimli kullanımı, iç ve dış pazarlara ulaşımı kolaylaştırarak bölgeye yatırımı çekmek, ekonomik kalkınmayı ve yeniden yapılanmayı sağlamak üzere stratejiler geliştirilmeye çalışılmıştır (Can, 2011: 40).

Tarihsel süreç içerisinde Türkiye’deki bölgesel politikaları üç ayrı döneme ayırıp incelediğimizde birinci dönem; Cumhuriyet’in kuruluşundan planlı kalkınma döneminin başladığı 1963 yılına kadar olan dönemdir. Bölgesel planlamaya fazla önem verilmemiş olan bu ilk dönemde bölgesel planlama bir kalkınma aracından çok bir inşa aracı olarak görülmüştür. Bölgesel kalkınma konusunda ikinci bir döneme geçiş 1963 yılında planlı kalkınma dönemi ile olmuştur. İkinci dönem; planlı kalkınma döneminin başlangıcı olan 1963 yılından 1999 yılına kadar ki olan dönemi kapsamaktadır. Yani Türkiye’ye Avrupa Birliği (AB)’ne adaylık statüsünün verildiği Helsinki Zirvesi’ne kadar olan dönemdir. Türkiye’ye adaylık statüsünün verilmesiyle birlikte 1999 Helsinki Zirvesi’nden bu tarafa pek çok yasal ve kurumsal düzenlemeler uygulamaya koyulmuştur. Bu düzenlemelerin yapıldığı alanlardan biriside bölgesel politikalardır (Keskin ve Sungur, 2010: 281-282). Bölgesel gelişmişlik farklarını en aza indirmek ve bölgelerin refah düzeyini geliştirmek amacıyla AB’ye uyum çerçevesinde gündeme gelmiş olan kalkınma ajansları ile

ilgili olarak Bakanlar Kurulu kararı ile 2002 yılında AB İstatistiki Sınıflandırmasına paralel olarak ülke üç düzey halinde istatistiki bölgelere ayrılmıştır. Daha sonra, AB'ye tam üyelik müzakereleri sürecindeki “2003 Yılı Katılım Ortaklığı Belgesi” nde bölgesel Kalkınma Ajansları konusu orta vadede yapılması gereken işler kapsamında belirtilmiştir. Türkiye’de bölgesel kalkınma ajanslarının kurulması öngörülmüş ve Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Kuruluşuna Dair Kanun Tasarısının yasalaştırılmasında aceleci bir tutum izlenmiştir (Turan, 2005: 15).

Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde yerel ve bölgesel düzeyde kalkınmanın sağlanması amacıyla kalkınma ajanslarının önemi ortaya çıkmıştır. Bölgesel gelişme ve kalkınmanın sağlanması konusunda faaliyet göstermek üzere oluşturulan kalkınma ajansları (Budak ve Eroğlu, 2013: 65-66). 08.02.2006 tarih ve 5449 sayılı “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun” ile 26074 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Aydemir ve Karakoyun, 2011: 47).

2.2.1.1. Planlı Dönem Öncesi

Ekonomik kalkınmanın devletin temel politikaları içerisinde yer aldığı planlı kalkınma öncesi dönemde daha çok alt yapı yatırımlarına yönelik çabalar şeklinde gelişmiş olup kalkınma için belirlenen politikalar merkezi hükümetler tarafından oluşturulmuştur (Sakal, 2010: 20).

Bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmaya yönelik olarak devletçi ve liberal dönem başlıkları altında planlı dönem öncesine ait bölgesel gelişme politikaları bulunmaktadır. Devletçilik akımının etkisinde izlenen politikalar 1923-1950 yılları arasında kapsar iken, 1950-1960 yılları arasında izlenen politikalarda liberal bir yaklaşım sergilenmektedir (Can, 2011: 40).

1923-1950 döneminde iktisadi ve siyasi bağımsızlığının mücadelesini veren savaştan yeni çıkmış genç Türkiye Cumhuriyeti’nin o dönemde bölgesel politikalara ağırlık verecek durumu yoktu. Ülkenin bütün halinde kalkınması sağlamak amaçlanmış iken ülkenin tamamında yoksulluk ve geri kalmışlığın özellikleri hâkimdi (Arslan ve Demirel, 2010: 52). Devletçilik dönemi olarak da bilinen 1923-1950 yılları arası dönemde devlet daha çok varlığını güçlendirmek ve bağımsızlığını

pekiştirmek amacıyla faaliyetlerde bulunmuştur (Kılıç, 2014: 83). Bu dönemde savaştan yeni çıkmış olan Türkiye’de bölgesel kalkınma politikalarından daha çok ulusal kalkınma ön planda olmuş, bölgesel kalkınma alanında altyapı eksiklikleri ve demiryolu gibi ulaşım alanındaki yetersizliklerin giderilmesine odaklanılmıştır. Başlangıçta devletin rolünün daraltılmasının hedeflendiği ancak gerçekleştirilemediği 1950-1960 yıllarını kapsayan liberal dönemde ise özelleştirme politikalarına ağırlık verilerek özel sektör teşvik edilmiştir (Can, 2011: 40-41). 1960 öncesinde Türkiye’nin mevcut dönem sosyo-politik durumundan dolayı bölgesel kalkınma politikaları çok sınırlı çabaları içermektedir (Sevinç, 2011: 44).

1950-1960 yılları arasındaki dönemde plan fikrinden uzaklaşmış ülkenin nispeten geri kalmış bölgelerini kalkındırmak için herhangi bir plan, proje, politika geliştirilmemiştir (Özyücel, 2008: 14). Daha sonra ise planlı dönem öncesi uygulanan kalkınma planları terk edilmiş ve 30 Eylül 1960’ta Devlet Planlama Teşkilatı kurularak planlı ekonomiye geçilmiştir (Tamer, 2010: 37).

2.2.1.2. Planlı Dönem ve Sonrası

Bölgeler arası eşitsizlik ve gelişmişlik farkının ortaya çıkması sonucu bu eşitsizliğin ortadan kaldırarak bölgesel gelişmişliğin ve kalkınmanın sağlanmasına yönelik bölgesel politikalar geliştirmesi gerekir (Baykal, 2010: 18). Bu doğrultuda 1960 yılında planlı kalkınmanın önemi anlaşılmış bu maksatla da Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)’nin kurulması gerekli görülmüş ve planlı dönem öncesi kalkınma politika ve uygulamaları terk edilerek planlı döneme geçilmiştir (Kılıç, 2014: 85).

Bölgesel farklılıkların mevcut olduğu pek çok ülkeden biri olan ülkemizde sosyal ve ekonomik konuların yer aldığı kalkınma planlarında kamu yönetiminin temel sorunlarına ve bu sorunların çözüm yollarına ilişkin bilgiler verilmektedir (Toprak, 2005: 109).

1960’lı yıllarda planlı dönem ile başlayıp bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını gidermek amacıyla olan kalkınma planları Kalkınmada öncelikli yöreler ve teşvik uygulamalarını içeren beş yıllık planlar şeklinde uygulanmıştır. Bölgesel gelişmeye ilişkin olarak hazırlanmış olan politikalardan ilk sekiz kalkınma planı beşer yıllık dönemler için hazırlanmış ve uygulanmış iken 2007-2013 yıllarını

kapsayan dokuzuncu kalkınma planı yedi yıllık bir dönemi kapsamaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Planı ilk yedi yıllık kalkınma planımızdır (Keskin ve Sungur, 2010: 282).

Ülkenin en önemli sorunlarından biri olarak görülen bölgesel gelişmişlik farklarını gidermek, sosyal ve kültürel kalkınmayı hızlandırmak, uygulanan politikalar arasında uyum sağlamak amacıyla hazırlanan kalkınma planları istikrarıcı ve kalkınmacıdır (Takım, 2009: 264). 1960 sonrası dönemde bölgesel gelişmişlik farklarını gidermek amacıyla hazırlanan planlarda kapsamlı planlama yaklaşımı benimsenerek ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeye hız kazandırılmaya çalışılmıştır (Sevinç, 2011: 44).

1960 yılında ülke kaynaklarının verimli bir şekilde kullanılması ve kalkınmanın hızlandırılmasını sağlamak, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı planlı bir şekilde yürütmek, iktisat politikalarına istikrar kazandırarak bu politikaları bilimselleştirmek amacıyla 30 Eylül 1960 tarihinde Başbakanlığa bağlı DPT kurulmuştur (Özdemir, 2014: 10).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasıyla birlikte 1960 yılından günümüze kadar geçen süredeki planlı döneme ait bölgesel gelişme politikaları başlamıştır (Can, 2011: 41). Ekonomik ve sosyal kalkınmanın devletin girişim ve öncülüğünde planlı olarak gerçekleştirilmesi ilkesi çerçevesinde planlı döneme girilmesi ile hazırlanan "beş yıllık kalkınma planları" nda kamu yönetimini değişen şartlara uyumlu hale getirmek ve beklentileri karşılayabilmek amacıyla yönetimin yeniden yapılandırılması üzerinde durulmuştur (Saran, 2004: 148). Planlı dönem ile birlikte ulusal kalkınma planları çerçevesinde bölgesel politikaların yürütülmesinin DPT tarafından yapılmaktaydı (Vurucu, 2013: 98). 1963-2006 yılları arasında hazırladığı beşer yıllık sekiz adet kalkınma planı ve 2007-2013 yılları için hazırlanan yedi yıllık dokuzuncu kalkınma planı ile DPT, bölgesel gelişme politikalarına şekil vermiştir (Can, 2011: 41).

Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasını hızlandırmak ve devletin ekonomik, sosyal, kültürel amaçlarının belirlenmesinde hükümete danışmanlık yapmak amacıyla 1960 yılında kurulan DPT yerine 2011 yılında Devlet Planlama

Teşkilatı üzerine yükselerek kurulmuş olan Kalkınma Bakanlığı organize edilmiştir (Övgün, 2011: 263). 1963-1967 yıllarını kapsayan birinci plan döneminde Türkiye'nin yeni bir iktisadi hayat düzenine girdiği ifade edilmiş (Karaarslan, 2008: 50), bölgeler arası dengenin sağlanmasında sorumluluk devlete verilmişti. Devlet geri kalmış bölgelere yönelerek bu bölgelerde alt yapı yatırımlarını hızlandıracak ve iktisadi yatırımlarını bu bölgelere götürecekti. 1968-1972 yıllarını kapsayan ikinci planda hızlı kentleşmeden kaynaklanan nüfus sorunlarına odaklanılarak bölgeler arası dengeli gelişme öncelikli amaç olarak ortaya konulmuş. Hedefleri ikinci planın aynısı olan 1973-1977 yıllarını kapsayan üçüncü planda ilk defa yöre kelimesi kullanılmıştır. Dış ödemeler açığının büyüdüğü, işsizlik, enflasyon ve sanayi üretiminde kapasite durgunluğu gibi önemli sorunların yer aldığı 1979-1983 dönemini kapsayan dördüncü planda az gelişmiş illerin kalkınması amaçlanmıştır (Arslan ve Demirel, 2010: 54). Kalkınma ve planlama konusunda en fazla bölgesel anlamda gelişmeye ağırlığın verildiği ve hazırlık çalışmalarındaki bir takım aksamalar nedeniyle gecikip 1985-1989 yıllarını kapsayan beşinci kalkınma planında ihracata öncelik veren politikaların uygulanmasına öncelik verilmiştir. Aynı zamanda ekonomik ve sosyal alt yapının geliştirilmesi amaçlanarak sosyal eşitliği dikkate alan dengeli bölgesel kalkınma hedeflenmiştir. 1990-1994 yıllarını kapsayan altıncı planın öncelikleri enflasyonu düşürmek, sosyal politikalara ağırlık vermek ve kaynaklarımızı imalat sanayine yönlendirmek olmuştur. Dünyadaki hızlı gelişmelerle birlikte toplumun beklentilerine yanıt vermeyi hedefleyip 2000 li yıllara hazırlanmanın gerekli altyapısını oluşturmak amacıyla hazırlanan yedinci kalkınma planında ulusal bütünlüğü artırmak amacıyla bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesi kararı alınmıştır. Toplumun yaşam kalitesinin yükseldiği 1996-2000 yıllarını kapsayan bu planı daha önceki kalkınma planlarından ayıran bölgesel gelişme, il planlama ve metropollerle ilgili düzenlemelerin bulunuyor olmasıdır (Takım, 2010: 265). 2001-2005 yılları arası dönemi kapsayan sekizinci planda ise AB bölgesel politikalarına uyum çerçevesinde bölgesel kalkınma kavramı ilk kez ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bölgesel farklılıklar ve bu bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması, bölgesel kalkınma faaliyetleri, geri kalmış bölgelerde halkın refah düzeyinin yükseltilmesi, göç konusunun istikrarlı bir zemine kavuşması sekizinci plan döneminde üzerinde durulan konular olmuştur (Baykal, 2010: 21).

2007-2013 yılları için hazırlanan dokuzuncu planın iki önemli özelliği vardır. Bunlardan ilki hazırlanan diğer planlardan farklı olarak yedi yıllık bir süreyi kapsıyor olması bir diğeri de planı hazırlayan hükümetin plan dönemi boyunca iktidarda olmasıdır (<http://bianet.org>, 2016). Son olarak şuan 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planının içinde bulunmaktayız. Bu plan Onuncu Kalkınma Planında belirtildiği gibi “ülkemizin 2023 hedefleri doğrultusunda toplumumuzu yüksek refah seviyesine ulaştırma yolunda önemli bir kilometre taşı olacaktır.” (Onuncu Kalkınma Planı, 2013: 1).

2.3. Kalkınma Ajansları

Devletin müdahalesi ekseninde gelişen merkeziyetçi anlayış küreselleşme süreciyle birlikte yerini yerel, bölgesel, ulusal ve hatta uluslararası aktörlerin katılımıyla gerçekleştirilecek merkeziyetçi yapılardan uzaklaşan ve hizmetlerde halka dönük olan bir bölgesel kalkınma anlayışına bırakmıştır. Planlama ve strateji belirlemede yerelden genele olan bu yeni yaklaşımın temel kurumu Bölgesel Kalkınma Ajansları’dır. Uygulamadan çok destekleme ve koordinasyon rolünü üstlenen Bölgesel Kalkınma Ajansları’ nın temel amacı bölgesel ekonomiyi canlandırarak bölgesel yatırımları ve bölge halkının kalkınmaya katılımını artırmayı sağlamaktır (Akiş, 2011: 237).

Kurumsal nitelikli bölgesel gelişme araçlarından olan kalkınma ajansları kamu ve özel sektör ile STK’lar arasında işbirliğini sağlayarak yerel potansiyelin harekete geçirilmesinde son derece önemli bir konuma sahiptir. Bölge içi ve bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması konusunda da önemli bir noktadadır.

2.3.1. Kalkınma Ajanslarının Tanımı ve Yapısı

Dünyada “Kalkınma Ajansı” olarak adlandırılan yaklaşık 20.000 kuruluş bulunurken ülkemizde pilot olarak kurulan İzmir ve Çukurova kalkınma ajanslarının ardından bugün resmi olarak 26 Kalkınma Ajansı bulunmaktadır. Bu kuruluşların örgütsel yapıları, görev, faaliyet, yetki ve sorumlulukları farklılıklar göstermekte ve bu durumda Kalkınma Ajanslarının tek bir tanımını yapmayı güçleştirmektedir. Kalkınma Ajanslarıyla İlgili olarak Kuruluş amaçları ve üstlendikleri hizmetlere göre birçok tanımlama bulunmaktadır (Akyıldız, 2013: 113). Genel bir tanımlama olarak,

Kalkınma Ajansları bölgesel ya da il düzeyinde kurulmuş, kamusal veya yarı kamusal misyon üstlenen, bir ülkenin belli bir bölgesindeki tüm şirket, sivil toplum kuruluşları ve yerel otoriteler ile işbirliği hedefleyen ve böylece faaliyetlerini daha da etkinleştiren, bölgenin ekonomik kalkınmasını sağlamayı amaç edinen ve faaliyetleri kamu ve özel sektör tarafından finanse edilen yapılardır (Turan, 2005: 243).

Ülkemizde Kalkınma Ajansları 5449 sayılı Kanun esas alınarak kurulduklarından tüzel kişilikte olmaları nedeniyle kurumsal kimliğe sahip olan, idari yapılanmaları ve kurumsal işleyişleri aynı olan, Kalkınma Bakanlığının koordinasyonu ve sorumluluğunda, merkezi denetim mekanizmaları dışında olan, merkezi hükümetin finansmanında olan, merkezin bir memuru gibi genel sekreterin merkezden atandığı özel hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlardır (Kılıç, 2014: 134).

5449 sayılı Kanun' nun üçüncü bölümünde Kalkınma Ajanslarının teşkilat (organizasyon) yapısı belirlenmiştir. Buna göre Kalkınma Ajanslarının organları; Kalkınma Kurulu, Yönetim Kurulu, Genel Sekreterlik ve Yatırım Destek Ofisleri şeklinde belirlenmiştir (Aydemir ve Karakoyun, 2011: 51).

Kalkınma Bakanlığı'na bağlı olarak hizmet veren Kalkınma Ajanslarında danışma organı görevini üstlenen Kalkınma Kurulu, karar organı olan Yönetim Kurulu ve yürütme organı olan bulunmaktadır.

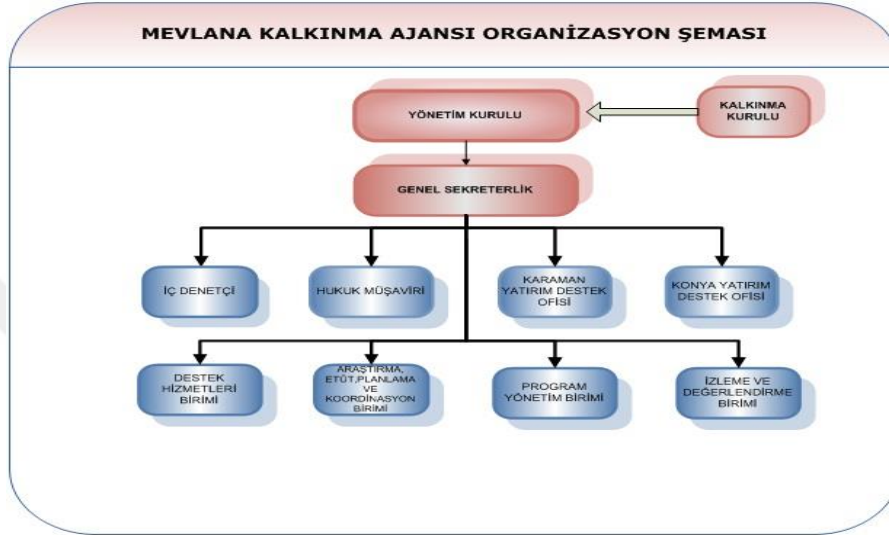
Şekil 1: Kalkınma Ajansları Organizasyon Yapısı



Kaynak: <http://www.ankaraka.org.tr> , 2016

Şekil 1’ de Kalkınma Ajanslarının organizasyon yapısı yer almaktadır. Aşağıda bulunan Şekil 2’ de Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA)’nın organizasyon şemasına yer verilmekte ve daha sonrada Kalkınma Ajanslarının organizasyon yapısında yer alan organlar açıklanmaktadır.

Şekil 2: Mevlana Kalkınma Ajansı Organizasyon Şeması



Kaynak: <http://www.mevka.org.tr> , 2016

Kalkınma Kurulu: Danışma işlevi ağırlıklı olan Kalkınma Kurulu “Bölgesel gelişme hedefine yönelik olarak; bölgede bulunan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve yerel yönetimler arasında işbirliğini geliştirmek ve ajansı yönlendirmek” ile görevlidir (5449 Sayılı Kanun, 2006: Madde 8).

Kalkınma Ajanslarının danışma organı olan Kalkınma Kurulu bölgenin sorunlarını ve fırsatlarını değerlendirir. Konya ve Karaman illerinde faaliyet gösteren MEVKA gibi birden fazla ili kapsayan ajanslar için bu illerin dengeli bir şekilde temsilini sağlayacak üyenin katılımı esastır. O bölgede bulunan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere en fazla yüz üyeden oluşur (Can, 2011: 52). En fazla yüz üyesi bulunan bu kurulun başkanı kamu, özel sektör veya sivil toplum kuruluşu temsilcileri arasından kurulun kendi üyeleri tarafından seçilerek belirlenir (Yılmaz, 2010: 188). Kalkınma Kurulunun yapılacak ilk toplantıda seçtiği bir Başkan ve Bir Başkan Vekilinin görev süresi iki yıldır. Başkan ve Başkan Vekilinin temsil ettiği kurum ile ilişkisi bittiği durumda Kurul Başkanlığı ve Başkan Vekilliği görevleri de son bulur (Kılıç, 2014: 136).

Yönetim Kurulu: Kalkınma ajanslarının karar organı olan Yönetim Kurulu kamu ve özel kesim ile sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinden oluşur. Ajans bütçesini ve yapılacak olan yardımları onaylamak, bağış ve hibeler ile yıllık çalışma programlarını kabul etmek ve bunların yanında faaliyet, bütçe, mali raporları ve personel durumu gibi ajansın temel işlevlerine ilişkin kararları vermek yönetim kurulunun görev ve yetkileridir (Yılmaz, 2010: 189).

Yönetim kurulu bir il veya birden fazla ilden oluşan bölgelerde farklılık gösterir. Şöyle ki; bir ilden oluşan bölgelerde Vali, İl Genel Meclis Başkanı, Büyükşehir Belediye Başkanı, Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı ile Kalkınma Kurulu tarafından seçilecek olan üç temsilcisinden oluşur. Bu üç temsilci de özel kesim veya sivil toplum temsilcisidir. Birden fazla ilin dâhil olduğu bölgelerde ise; İl Valileri, İl Genel Meclisi Başkanları, Büyükşehir Belediye Başkanları veya Büyükşehir olmayan illerde il merkez Belediye Başkanları ve her ilden birer kişi olmak kaydıyla Ticaret Odası ve Sanayi Odası Başkanlarından oluşur (Can, 2011: 54-55). MEVKA Yönetim Kurulunun organizasyon yapısı tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: MEVKA Yönetim Kurulu Organizasyon Yapısı

Fahri MERAL	Karaman Valisi (Başkan)
Yakup CANBOLAT	Konya Valisi (Başkan Yardımcısı)
Uğur İbrahim ALTAY	Konya Büyükşehir Belediye Başkanı (Üye)
Ertuğrul ÇALIŞKAN	Karaman Belediye Başkanı (Üye)
Adem KAPAR	Karaman İl Genel Meclisi Başkanı (Üye)
Mustafa Gökhan ALKAN	Karaman Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı (Üye)
Selçuk ÖZTÜRK	Konya Ticaret Odası Başkanı (Üye)

Kaynak: www.mevka.org.tr, 2018

Yönetim kurulunun başkanı vali ajansı temsil eder. İlk toplantıda yönetim kurulu üyeleri arasından bir Başkan Vekili seçilir (Koçberber, 2006: 44). Yönetim kurulu, başkanın daveti üzerine üyelerinin sayısının yarısından bir fazlasının toplanması ile ayda en az bir kere bir araya gelir. Yönetim kurulu toplantılarına

başkanın yokluğunda başkan vekili başkanlık eder” (5449 Sayılı Kanun, 2006: Madde 10).

Genel Sekreterlik: Ajansın teknik birimi ve icra organı olan Genel Sekreterlik uzman ve destek personel ile genel sekreterden oluşur. Genel Sekreterliğin ve Yatırım Destek Ofislerinin en üst konumunda bulunan Genel Sekreter Yönetim Kuruluna karşı sorumludur (Can 2011: 56). Genel Sekreter Yönetim Kurulunun kararı ve Kalkınma Bakanlığının onayı ile göreve getirilir (Kılıç, 2014: 139). Genel Sekreter olarak atanacakların kamuda ya da özel sektörde ajansın ilgili uzmanlık gerektiren alanlarında on yıllık deneyim sahibi olması ve bunu yanında yastada belirtilen bölümlerden lisans düzeyinde mezuniyet almış olup iyi derecede İngilizce bilmesi şartları aranmaktadır (Yılmaz, 2010: 189).

Yatırım Destek Ofisleri: Bölge illerinde biri koordinatör olmak üzere Yönetim Kurulu Kararı ile en çok beş uzmandan oluşan Yatırım Destek Ofisleri oluşturulur. Personel sayısı ihtiyaçlara cevap veremeyecek hale gelirse Yönetim Kurulunun Kararı ve Kalkınma Bakanlığı'nın onayı ile bu sayı artırılabilir (Aydemir ve Karakoyun, 2011: 52). Yatırım Destek Ofisleri Genel Sekreterliğe bağlı olarak idari iş ve işlemlerin tek bir elden izlenmesini sağlamakla görevlidir. Aynı zamanda yatırım imkânlarını yatırımcılara tanıtmakla görevli olan Yatırım Destek Ofisleri yatırımcının izin ve ruhsat işlemleri ile de ilgilenir (Can, 2011: 56). Ajans bölgesinde yatırımları izlemek, takip edip sonuçlandırmakla görevlidir (Yılmaz, 2010: 189). Yönetim Kurulu Kararı ile oluşan ve Genel Sekreterliğe karşı sorumlu olan Yatırım Destek Ofisleri yatırımcılara tamamen ücretsiz olarak hizmet sunmaktadır (Koçberber, 2006: 46).

2.3.2. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Amacı ve Temel Özellikleri

Türkiye’de merkezden uygulanan bölgesel kalkınma politikalarının istenen başarıyı elde edememiş olması, sektörel ve bölgesel kalkınma sorunlarının belirlenip çözümüne yönelik imkânların saptanmasındaki eksiklik yerel kalkınmanın sağlanması adına yerelde bağımsız bir yerel kalkınma kuruluşunun bulunmamasından kaynaklanmaktaydı (Kılıç, 2014: 129).

Kalkınmanın sağlanması bakımından farklı toplum kesimlerini bir araya getiren yerelde çabuk karar alınıp uygulanmasını sağlayan bir kuruluş olan Kalkınma Ajansları ön plana çıkmıştır (Can, 2011: 49). Gerekli kanuni alt yapının hazırlanmasının ardından da 5449 sayılı Kanun 25 Ocak 2005 tarihinde TBMM' de kabul edilmiş ve 8 Şubat 2006 tarihinde de Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Şinik, 2010: 132).

Kalkınma Ajansları bölgesel kalkınma stratejilerinin oluşturulması ve uygulanması konusunda yerel kaynakları harekete geçirerek bölgesel dengesizliklerin giderilmesi, gelir adaletsizliklerinin hafifletilmesi, ulusal gelirden tüm toplumun dengeli pay almasının sağlanması gibi konularda yerel kalkınmanın etkisini artıracaktır (Sakal, 2010: 183).

Ulusal kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olan bölgesel kalkınmada bölgesel kavramıyla ajansların sınırları belirlenmiştir (Sert, 2012: 134). Bölgesel Kalkınma Ajansları bölgedeki ekonomiyi canlandırmak amacıyla o bölgenin potansiyeli doğrultusunda politikalar geliştirmektedir. Bunun yanında bölge halkının gelişmeye katılımı ve gelişmeden yarar sağlaması esastır (Berber ve Çelepçi, 2016). Bölgesel düzeyde ya da il bazında kurulmuş olan Kalkınma Ajanslarının temel amacı bölgeler arasındaki sosyo-ekonomik farkları minimize etmektir (Sevinç, 2011: 41). Bölgenin tüm mevcut ekonomik, kültürel, sosyal ve politik yapısını kullanarak yeni istihdam alanları açmak ve kalkınma için gerekli olan fırsatları değerlendirmek amaçlanmaktadır (Demiral, 2012: 26).

Devlet tüzel kişiliğinden ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olan Kalkınma Ajanslarının kurumsal bir niteliğe sahip olup kamusal bir işlem sonucu kurulmaları ve sınırları çizilmiş belli bir coğrafi bölgeyi kapsamaları ülkeden ülkeye farklılık gösteren bu ajansların ortak özellikleridir (Tamer, 2010: 18).

2.4. Bölgesel Kalkınmada Turizm

Bölgelerarası gelişme farklılıklarının ortaya çıkmasına ve büyük dengesizlikler yaşanmasına neden olan ekonomik ve sosyal faaliyetler hemen hemen her ülkede doğal bir merkez etrafında yoğunlaşmaktadır (Övgü Demiral, 2012: 59). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde önemli bir politika hedefi olan bölgelerarası

gelişmişlik farklarının azaltılması için uygulanan bölgesel kalkınma politikaları özellikle geri kalmış bölgelerdeki sosyo-ekonomik dengesizlikleri gidermeyi amaçlamaktadır (Durgun, 2006: ii). Bu açıdan gelişmekte olan ve sanayileşmenin mekâna yayılımının uygun olmadığı yerlerde bölgesel kalkınma hedefi için önemli bir araç haline gelen turizm hem ulusal ekonomiler hem de bölgeler için önemli bir ekonomik faaliyet olabilmektedir. Bu yönüyle özellikle gelişmemiş bölgeler için ekonomik kalkınma aracı olarak görülen turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bölgelerin ekonomik büyüme ve kalkınmalarını sağlayan önemli bir sektör olmaktadır (Künü vd., 2015: 72-73).

Her ne kadar doğal felaketler, salgın hastalıklar ve terör gibi olaylar bölgesel ya da küresel bazda turizmde zaman zaman dalgalanmalara neden olsa da önemli bir ekonomik etkinlik olan turizm gelişimini hızlı bir şekilde sürdürmektedir. Ülkeler insanların her geçen turizm talebine cevap vererek ekonomilerindeki çıkmazları turizm gelirleri ile aşmaya çalışmaktadırlar (Somuncu, 2006: 163). Ekonomik ve sosyal alandaki değişmelere paralel olarak kapsamı ve etkileri giderek artan turizm günümüzde önemli bir sosyo-ekonomik olaya dönüşmüştür (Durgun, 2006: 77-78).

2.4.1. Turizm ve Kalkınma

Küreselleşen dünya ile beraber kaybolan sınırlar ve teknolojik ilerlemeler yeniliklere açık ve bunlara ayak uydurabilen bir turizm sektörünün gelişmesini zorunlu hale getirmiştir. Küreselleşen dünyada 20. Yüzyılın ortalarından itibaren dünya ekonomisinde en hızlı gelişip genişleyen sektörlerden biri turizm sektörü olmuştur. Döviz girdisi sağlayarak ulusal geliri ve yatırımları arttıran, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunan ve istihdam alanlarını çoğaltan turizm sektörü ile ülkeler birçok ekonomik üstünlüğe sahip olmuştur (Coşkun, 2010: 1).

1960' lı yıllardan itibaren pek çok ülke tarafından modernleşme stratejileri ve ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru olarak teşvik edilen uluslararası turizmi hükümetler çoğu zaman ekonomik kalkınma için bir araç olarak kullanmaktadırlar. Kalkınma için önemli bir araç olarak görülen turizm, küresel ekonominin en hızlı ve en büyük gelişme gösteren sektörlerinden biridir. Bütün ülkelerin yarar sağladığı turizm, ekonomisi kırılgan yapıya sahip gelişmekte olan ülkeler için gelişmiş

ülkelere oranla daha önemlidir. Çünkü buralardaki bölgesel farklılıkların giderilmesinde ülkelerin ekonomilerine katkıda bulunacak olan turizm önemli rol oynamaktadır (Somuncu, 2006: 164).

Tarım ve sanayi sektörlerinde yeterli kaynağı ve gelişim imkanı bulunmayan fakat çok sayıda turistik imkanlara sahip yörelerde bölgeler arasında var olan dengesizliğin azaltılması amacıyla planlı ve etkili turizm yöntemleri uygulanarak düzenli bir şekilde kalkınma sağlanacaktır (Künü vd., 2015: 84). Yani sahip olunan doğal ve kültürel koşullar bir yörenin turizm bakımından kalkınabilmesi için önemli noktalar. Doğal özellikler kapsamında değerlendirilen bölgenin konumu, arazi şekli, görünüşü, bitki örtüsü ve ormanları, su kaynakları, iklimi, çeşitli değerler, çevresel unsurlar ve mevcut altyapı turizm sektörünün gelişip kalkınmaya katkıda bulunması açısından önemlidir (Boyacıoğlu, Ed. Küçükaltan vd., 2015: 198).

Doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel kaynaklar bölgesel kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir. Bu kaynakların bilinçli ve etkin kullanımı son derece önemlidir (Çeken, 2008: 302).

2.4.1.1. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

Sahip oldukları mevcut kaynaklar ile kalkınma hamlelerini gerçekleştirememek günümüzde gelişmekte olan ülkelerin hemen hepsinin ortak temel sorunudur. Bütünüyle bölge insanının aktif hale getirilmesine bağlı olan ve bölgesel dengesizliklerin azaltılarak nispeten gelişmekte yavaş olan yörelerin yaşam standartlarının belirli bir düzeye yükseltilmesini hedef alan bölgesel kalkınma çabaları bir bölgenin ve bölge halkının refah seviyesindeki artışı sağlar. Küreselleşme olgusu ile birlikte günümüzde en gelişmiş ve en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelen turizm bölgesel kalkınmada önemli bir rol üstlenmektedir (Övgü Demiral, 2012: 59-60).

Ülkeler gelişmek ve kalkınmak gibi hedeflere ulaşmak için belirli politikalar belirleyerek sahip oldukları kaynak ve imkânları kullanmaktadır. Sanayi sektörü büyüme ve gelişmeye en uygun sektör olarak kabul edilse bile özellikle gelişmekte olan ülkelerde kalkınma için gerek duyulan döviz girdisini sağlaması sebebiyle turizm, sanayinin en etkili alternatiflerden birisi olarak dikkati çekmektedir.

Hammadde ve teknolojik bakımdan dışa bağımlı olmayan bir endüstri olan turizm büyük ölçüde insan emeğine dayanan bir hizmet sektörüdür (Durgun, 2006: 78).

Büyük ölçüde insan emeğine dayalı bir hizmet sektörü olduğu için işsizliğin yoğun olduğu ülkelerde ve bölgelerde büyük bir önem taşıyan turizm, yeni iş imkânları meydana getirmesi nedeniyle bölgelerarası gelir dağılımını olumlu yönde etkileyerek bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlar. Sonuç olarak bir ülkede turizmin gelişmesi ile birlikte uluslararası anlamda dış ticaret dengesi olumlu yönde etkilendiği ve ülkeye döviz girdisi sağlandığı için döviz sıkıntısı hafiflemektedir. Turizmin gelişmesi ekonomiye olumlu yönde katkı sağlamakta ve ulusal gelirden bir artışa yol açmaktadır. Rekabeti ve verimliliği de olumlu yönde etkileyen turizm istihdam açısından da öncelikle bölge halkına daha sonra iş gücüne katkı sağlamaktadır (Övgü Demiral, 2012: 61).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MEVLANA KALKINMA AJANSI VE TURİZM

Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden kalma birçok esere ev sahipliği yapan Konya tarihi geçmişi ile zengin bir kültür mirasını bünyesinde bulundurur (Kültür ve Turizm Teknik Komisyon Raporu, 2010: 26).Türk - İslam kültürüne ait eşsiz eserlerle dolu olan Konya ili turizm açısından zengin çeşitliliğe sahiptir. İnanç turizmi ve tarihi zenginlikler açısından oldukça gelişmiş olan Konya ili ve çevresi Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden biri olduğu gibi aynı zamanda insanlık tarihi için de çok önemli dokümanların bulunduğu nadir merkezlerden biridir (2011 Yılı MEVKA Teknik Destek Programı, 2012: 19-20).

Bu bölümde öncelikle Konya iline ilişkin bilgilere yer verilecek daha sonra Konya ve Karaman illerinde faaliyet gösterip merkezi Konya ilinde olan Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA)'nın kültür ve turizm konulu faaliyetlerine yer verilecektir. Bu bağlamda MEVKA' nın bölge planı kapsamında yaptığı çalışmalar ve sağladığı desteklerden de bahsedilecektir.

3.1. Konya'nın Konumu, Demografik Özellikleri ve Turizm Türlerine Göre Önemli Değerleri

Türklerin fethi ile “Konya” ismini alan şehir Eski Çağlarda ilk olarak “İkonion” adıyla anılmıştır. Daha sonra Romalıların eline geçtiği zaman “İkonium”, Hz. Ömer devrinde Müslüman Arapların eline geçince de “Kuuniye” adıyla anılmıştır (Güngördü, 2007: 158).

Yerleşik şehir hayatının Prehistorik (tarih öncesi) çağda başlamış olduğu Konya tarih boyunca dünyanın en önemli kadim şehirlerinden biri olmuş ve bu şekilde günümüze kadar var olagelmıştır (Sektör Çalışmaları No:1, 2014: 2).

Şekil 3: Konya İli Lokasyon Haritası



Yüzölçümü bakımından Türkiye'nin en büyük ili olan Konya göller hariç 38.257 km² ve göller dâhil 40.814 km²'lik yüzölçümüne sahiptir (Sektör Çalışmaları No:1, 2014: 5).

2016 yılı Konya nüfus bilgilerine göre il nüfusu bir önceki yıla göre %1.44' lük bir artış göstererek 2.161.303 olmuştur (www.nufusu.com, 2017).Büyükşehir statüsünde olan Konya ilinde merkeze bağlı 31 ilçe ve bunlara bağlı olarak 125 adet belediye ile 604 adet köy bulunmaktadır. Karatay, Selçuklu ve Meram Konya ilinin merkez ilçeleridir. Karatay 302.392, Selçuklu 604.706, Meram 343.384 nüfusa sahiptir (İçli, 2001: 6). Karasal iklim özelliklerinin görüldüğü Konya ilinde yazlar sıcak ve kurak, kışlar soğuk ve kar yağışlı olarak geçer. Yani genel olarak step ikliminin hâkim olduğu görülmüştür (TR52-12-TD02 Teknik Destek Programı, 2012: 24).

Sanayiden tarıma, ulaşımdan turizme kadar birçok alanda ülkemizin önde gelen şehirlerinden birisi olan Konya 130 ülkeye ihracat yapmaktadır (www.kso.org.tr, 2017). Yapılan bu ekonomik faaliyetlerin sektörel olarak

dağılımına bakacak olursak % 53,9 ile hizmetler, % 23,6 ile sanayi ve % 22,5 ile tarım sektörünün sıralandığını görürüz (Sektör Çalışmaları No:1, 2014: 6).

Sahip olduğu geniş tarım alanları, farklı agroekolojik alt bölgeleri, sulama imkânları ve coğrafi konumu ile ülkemizin tarım başkenti olarak kabul edilen Konya günümüzde birçok sektörde üretim yaparak tarihsel olarak kullanılan “tahıl ambarı” kimliğinin yanına “sanayi şehri” kimliğini de eklemiştir (Konya Ticaret Odası, www.kto.org.tr, 2017). Farklı sektörlerde başarıyı sağlayan ender bölgelerden birisi olup deprem riskinin az olduğu bir bölgede bulunan Konya ili şehrin düz ve elverişli arazi yapısının da avantajını kullanarak değişik sektörlerde kümelenme sağlamıştır (2011 Yılı MEVKA Teknik Destek Programı, 2012: 61).

Birçok sektör gelecekte var olma savaşı verirken doğal afetler, nükleer kazalar, salgın hastalıklar ve savaş gibi olağanüstü gelişmeler olmadıkça gerileme tehlikesi göstermeyen bir sektör olarak karşımıza çıkan turizm sektörü tüm dünyada giderek artan bir önemle gelişmektedir (Boz, 2006: 16). Bir ülkede ekonomik, sosyo-kültürel, politik vb. birçok alanda etkiye sahip olan turizm ekonomik kalkınmaya kaynak sağlayan bir sektördür. Daha çok iktisadi olarak ele alınmakta olan turizmin en önemli sonucu ekonomi alanında ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi de ekonomik darboğazların aşılmasında oldukça etkili bir konumda olmasından kaynaklanır. Turizm ülkelere gelir getirici, döviz girdisi artırıcı, istihdam sağlayıcı olduğu gibi ülkelerin sosyal refah düzeylerini arttırıcı bir özelliğe sahiptir (Coşkun, 2010: i).

Geçmişten günümüze hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından yoğun şekilde ilgi gösterilen bir sektör olan turizm dünya genelinde en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Hızla gelişen turizm sektörünün ülke ekonomilerine katkısı ön plandadır (Yıldız, 2011: 54). Milli gelire ve ödemeler dengesine olan katkısı, sağladığı döviz gelirleri, geliştirilen iş kolları ve oluşturulan yeni istihdam alanları ile Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için de turizm sektörünün ülke ekonomisine katkısı oldukça büyüktür (www.paranomist.com, 2017). Aşağıdaki tabloda turizm gelirleri yer almaktadır.

Tablo 2: Türkiye Turizm Gelirleri

Yıl	Turizm Geliri	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama	Ortalama Geceleme Sayısı
2006	18.593.950	23.148.669	803	12,0
2007	20.942.501	27.214.988	770	11,3
2008	25.415.067	30.979.979	820	11,0
2009	25.064.481	32.006.149	783	11,2
2010	24.930.966	33.027.943	755	10,8
2011	28.115.694	36.151.328	778	11,0
2012	29.007.003	36.463.921	795	10,8
2013	32.308.991	39.226.226	824	10,2
2014	34.305.904	41.415.070	828	10,0
2015	31.464.777	41.617.530	756	10,1
2016	22.107.440	31.365.330	705	11,4

Kaynak: TÜİK Araştırmaları, www.tuik.gov.tr,2018

2006 ve 2016 yıllarını baz alarak incelediğimiz bu tabloda en fazla turizm gelirinin bir önceki yıla göre %6,2'lik bir artış göstererek 34.305.904 bin dolar olduğu 2014 yılıdır. Söz konusu gelirin %81,5'i yabancı ziyaretçilerden, %18,5'i ise yurt dışında ikamet eden vatandaşlarımızdan elde edilmiştir. 2014 yılında 34.305.904 bin dolar olan gelirin iki yılda yüzde %35,6'lık bir gerileme göstererek 2016 yılında 22.107.440 bin dolara gerilemesi turizm sektöründe bir sorunun var olduğunu ve bu sorunun çözümüne yönelik bir arayışın olmasını gerekli kılmıştır.

İnsanlık tarihinin ilk yerleşim yerlerinden biri olan Konya birçok medeniyetin izlerini bağrında taşımaktadır. Orta Anadolu yaylası üzerinde bulunup Türkiye'nin en geniş yüzölçümüne sahip ili olan Konya sayısız tarih, kültür ve doğal zenginliklere sahiptir.

Taşıdığı derin tarihi geçmişi ile pek çok kültür ve medeniyete beşiklik etmiş olan Konya, M.Ö. 5500 yıllarına kadar uzanan tarihi yerleşim yerlerine sahiptir.

Hıristiyanlığın ilk mabetlerine ev sahipliği yapan Konya Orta Anadolu'nun kültür merkezlerindedir. Konya'da dünyanın ilk yerleşme yerlerinden Çatalhöyük başta olmak üzere, Sille (kiliseleri, manastırları, konutları, camileri), Kilistra, Alaaddin tepesi, Karahöyük, İvriz kabartmaları, antik kentler, Fasıllar ve Eflatunpınar anıtları bulunmaktadır. Bunlar kültür turizmi açısından önemli değerlerdir (Tapur, 2009: 477).Deniz, güneş, kum üçgeninde gelişmiş olan kitle turizmi önemini koruyor olsa da günümüzde alternatif turizm ürünlerinden kültür turizmi gelişme göstermektedir. Bu konuda geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya çok büyük bir kültürel zenginliğe sahiptir. Aynı zamanda inanç turizminin de başkenti olan Konya maneviyat bakımından oldukça zengindir (Arat, 2017: 369).

İnanç Turizmi: Konya'yı turizm türlerine göre ayırarak incelemek gerekirse burada ilk olarak inanç turizmi ile başlamak doğru olur. Çünkü inanç turizmi konusunda önemli bir yere sahip olan kenti diğer turizm alanlarından ayıran en önemli özelliği bu konuda markalaşmasıdır. Bu bölgenin sahip olduğu Sufizm ve Mevlana kültürünün etkisi altında kalan turistler bu nedenle kente ziyaret gerçekleştirmektedir (Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelene Çalışması, 2011: 105).Konya ili inanç turizmi açısından çekiciliklere bakılacak olursa camiler, türbeler, mescitler ve kiliseler bulunmaktadır. Mevlana Türbesi, Şems-i Tebrizî Camii ve Türbesi, Selçuklu Sultanlar Türbesi,Nasrettin Hoca Türbesi, Alaaddin Camii, İplikçi Camii, Şerafettin Camii, Sahip Ata Camii, Konevi Camii ve Türbesi, Selimiye Camii, Aziziye Camii, Kapı Camii, Tavusbaba Camii, Beyşehir Eşrefoğlu Camii ve Akşehir Ulu Camii Konya merkez ve ilçelerinde bulunan bazı cami ve türbelerdir. inanç turizmi açısından önemli olan bu merkezler Konya'da ziyaret edilebilecek yerlerin başında gelmektedir.

Turizm faaliyetlerinin belirli merkezlerde toplandığı Konya ilinde Mevlana olgusu ön planda bulunmaktadır. Mevlana olgusuna yönelik turizm potansiyeli yalnızca türbe ziyaretine dayanmaktadır. Bu durum da Mevlana'nın öğretisi ve onun dervişlerinin yaşantısına yeteri kadar önem verilememesine sebep olmaktadır.

Kültür Turizmi: Deniz-güneş-kum üçgeninde olan kitle turizmi önemini halen koruyor olsa da günümüzde alternatif turizm türlerinden en fazla gelişme gösteren kültür turizmidir (Arat, 2017: 369). Taşıdığı derin tarihi geçmişi ile pek çok kültür ve

medeniyete beşiklik etmiş olan Konya, dünyanın ilk Hıristiyan yerleşim yeri ve mabetlerine ev sahipliği yapmaktadır. Bu açıdan birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya kültür turizminde de önemli bir potansiyele sahiptir diyebiliriz. Sille (Siyata), Aya Elena Kilisesi, Kilistra Antik Kenti, Eflatunpınar Hitit anıtı, Çatalhöyük, Karahöyük, İvriz Kaya Kabartmaları, Bolat, Nekropol ve Bouleterion gibi önemli tarihi değerlere sahip olan Konya'nın inanç turizminin yanında kültür turizmi açısından da potansiyeli bulunmaktadır (Turizm Sektör Raporu,2008: 40-41).Değişik kültür ve medeniyetleri bünyesinde toplamış, tarihi abideler ile İslam anlayışını yansıtan bir açık hava müzesi olan Konya, Selçuklu başşehri olarak yıllarca Türk kültür hayatının en önemli şehir merkezlerinden biri olmuştur. Bu açıdan görülmeye değer bir ilimizdir (İçli, 2001: 76). 12. yüzyılda dünyada bilim, sanat, kültür alanında çekim merkezi olmuş olan Konya bugünde o mirası taşıyan bir şehirdir (2011 Yılı MEVKA Teknik Destek Programı, 2012: 60). Konya'nın kültür turizmi açısından çekiciliklerine bakınca ilk olarak Mevlana Anma Törenleri (01-17 Aralık) ile başlamak doğrudur. Konya âşıklar bayramı, Nasreddin Hoca Şenliği, Beyşehir Turizm Şenliği, Sanayi ve İhraç Ürünleri Fuarı ile Selçuk Üniversitesi, Konya Valiliği, Turizm İl Müdürlüğü, Büyükşehir Belediyesi gibi çeşitli kurum ve kuruluşların düzenledikleri; kongreler, sempozyumlar, seminerler ve paneller gibi sosyal, kültürel ve ilmi aktiviteler Konya ilinde kültür ve inanç turizmi kapsamında değerlendirilen faaliyetlerdir (Tapur, 2009: 478).

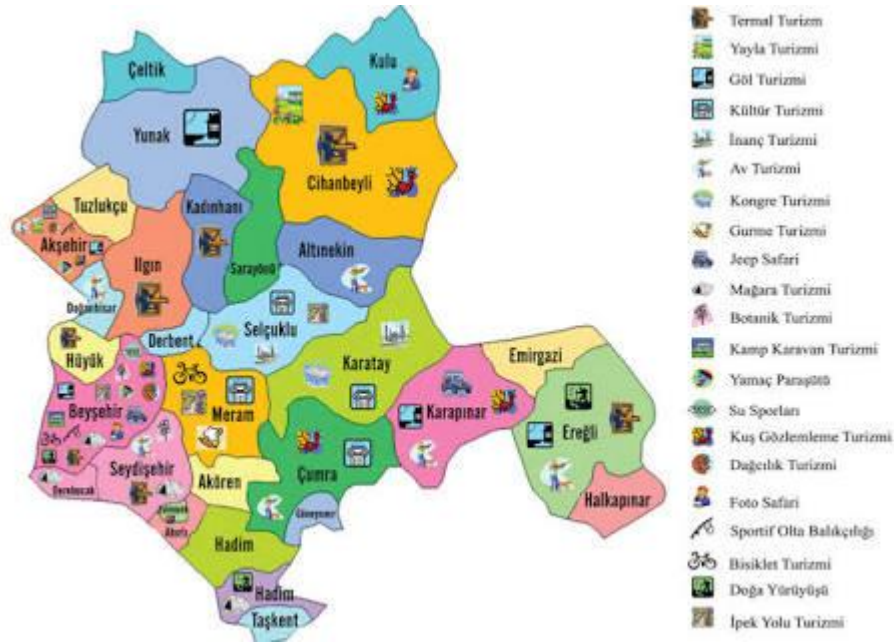
Şekil 4: Konya İli Kültür ve İnanç Turizmi Değerleri Haritası



Tüm ilçeleri ile birlikte tarih, kültür ve manevi zenginlikleri bünyesinde bulunduran Konya, kültür turizmi konusunda yeterince reklam ve tanıtımını yapamamış olmasından dolayı inanç turizmindeki başarıyı elde edememiştir (Arat, 2017:383).

İnanç ve kültür turizminin yanında alternatif turizm açısından da önemli bir konumda bulunan Konya büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Kültür, mağara, sağlık, av ve kongre turizmi için Konya'nın sahip olduğu potansiyel burada turizmin gelişme kapasitesine sahip olduğunu gösterir (Ulusan ve Batman, 2010: 245).

Şekil 5: Konya İli Alternatif Turizm Haritası



Doğa Turizmi: “Dünyanın Nazar Boncuğu” olarak nitelendirilen Meke Gölü ve Türkiye’nin en büyük tatlı su gölü olma özelliğini taşıyan Beyşehir Gölü Konya’nın sahip olduğu en önemli doğal güzellikler arasındadır. Konya bu açıdan doğa turizmi için oldukça elverişli bir bölgelerdir. Beyşehir, Seydişehir, Hadim, Taşkent, Ilgın gibi dağlık ve ormanlık bölgelerinde av turizmi (yabancı ağırlıklı) yapılan Konya’nın Toros Dağlarında bulunan ilçeleri, yaylaları ile tabiat yürüyüşüne yani doğa turizmine son derece uygun yerlerdir (Turizm Sektör Raporu, 2008: 41).

3.2. Konya İli Turizm İstatistiği

Bu bölümde Konya ilinde oteller, seyahat acentaları, kongre ve spor merkezleri ile müzelerin yer aldığı turizm istatistikleri hakkında bilgi verilecektir. Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 yılı istatistiklerine göre 127 adet turizm işletme belgeli seyahat acentası bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli 37 (yatak sayısı 6.161), yatırım belgeli 11 (yatak sayısı 4.665) ve belediye belgeli 111 (yatak sayısı 5.402) otel bulunan ilde yatırım belgeli oteller faaliyete geçtiğinde yatak kapasitesi 10.826’ ya ulaşacak ve şuan 5 olan 5 Yıldızlı otel sayısı 11’ e çıkacaktır (Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 İstatistikleri, www.konyakultur.gov.tr, 2017).

Tablo 3: Konya İlinde Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

Sıra No	Otel Adı	Sınıfı	Oda	Yatak	İlçe
1	DEDEMAN KONYA	5 YILDIZ	207	422	SELÇUKLU
2	RİXOS KONYA OTEL	5 YILDIZ	279	574	SELÇUKLU
3	ANEMON OTEL	5 YILDIZ	186	372	SELÇUKLU
4	NOVOTEL	5 YILDIZ	178	356	SELÇUKLU
5	RAMADA OTEL	5 YILDIZ	257	516	SELÇUKLU
6	BERA OTEL (Merkez)	4 YILDIZ	137	276	SELÇUKLU
7	ÖZKAYMAK OTEL	4 YILDIZ	108	216	SELÇUKLU
8	BALIKÇILAR OTEL	4 YILDIZ	51	105	KARATAY
9	DÜNDAR OTEL	4 YILDIZ	106	210	SELÇUKLU
10	SELÇUK OTEL	4 YILDIZ	80	162	KARATAY
11	HİLTON INN GARDEN	4 YILDIZ	228	456	KARATAY
12	CHERRY GARDEN	4 YILDIZ	91	182	EREĞLİ
13	ŞEMS-İ TEBRİZİ	4 YILDIZ	88	176	KARATAY
14	MİREL HOTEL	4 YILDIZ	65	130	EREĞLİ
15	GHERDAN OTEL	4 YILDIZ	90	180	SELÇUKLU
16	İBİS OTEL	3 YILDIZ	130	260	SELÇUKLU
17	BAYKARA OTEL	3 YILDIZ	64	121	KARATAY
18	MERAM SEMA	3 YILDIZ	60	128	MERAM
19	RUMİ OTEL	3 YILDIZ	33	66	KARATAY
20	GRAND HOTEL	3 YILDIZ	39	79	AKŞEHİR
21	N. HOCA ÖNDER	3 YILDIZ	32	64	AKŞEHİR
22	SEY-HAN OTEL	3 YILDIZ	22	44	SEYDİŞEHİR
23	ALİ BİLİR OTEL	3 YILDIZ	42	80	BEYŞEHİR
24	PAŞA PARK OTEL	3 YILDIZ	55	110	KARATAY
25	MEVLANA SEMA	3 YILDIZ	40	74	KARATAY
26	GHERDAN OTEL	3 YILDIZ	74	148	SELÇUKLU
27	ÖZPARK HOTEL	3 YILDIZ	78	156	AKŞEHİR
28	ADNANBEY OTEL	3 YILDIZ	33	60	KARATAY
29	GARRA HOTEL	3 YILDIZ	29	58	KARATAY
30	HOTEL NEY	3 YILDIZ	31	40	KARATAY
31	ÜNAL PALAS OTEL	3 YILDIZ	42	84	SEYDİŞEHİR
32	KETİŞOĞLU OTEL	2 YILDIZ	12	24	ILGIN
33	CESUROĞLU OTEL	2 YILDIZ	15	30	ILGIN
34	BEYŞEHİR ATAPARL	2 YILDIZ	13	26	BEYŞEHİR
35	MEVLANA BERA	ÖZEL BELGELİ	55	118	KARATAY
36	ÖZKOÇLAR OTEL	ÖZEL BELGELİ	22	44	EREĞLİ
37	SIELLA SİLLEHAN	ÖZEL BELGELİ	8	14	SELÇUKLU
TOPLAM			3.080	6.161	

Turizm İl Müdürlüğü'ne kayıtlı 5 adet 5 Yıldızlı, 10 adet 4 Yıldızlı, 16 adet 3 Yıldızlı, 3 adet 2 Yıldızlı ve 3 adet de Özel Belgeli olmak üzere toplamda 37 turistik otel mevcuttur. Turizm işletme belgeli olan bu 37 otelde toplamda 3.080 oda ve 6.161 yatak kapasitesi bulunur.

Konya ilinde bulunan turizm işletme belgeli tesislerde konaklama verileri tablo 4' de verilmiştir.

Tablo 4:Turizm İşletme Belgeli Tesis ve Konaklayan Kişi Sayısı

YIL	TESİS SAYISI	YATAK KAPASİTESİ	KONAKLAYAN KİŞİ SAYISI
2000	7	703	188.448
2002	13	2.197	195.709
2004	20	2.900	223.239
2010	22	1.132	408.696
2012	24	4.032	461.409
2016	36	5.642	483.014

Kaynak: Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü İstatistikleri ile Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi Bilgi Raporundan Derlenmiştir.

09 Eylül 2017’de tamamlanması planlanan Konya Ticaret Odası’na ait “Dünya Ticaret Merkezi ve Fuar Teşhir Alanı” Yatırım Belgeli bir kongre ve spor tesisi olup 1.000 kişilik Konferans Salonu, 4 adet 50 kişilik Toplantı Salonu, Kapalı ve Açık Sergileme Fuar Alanları, Basın Merkezi, Simultane Tercüme Odaları, 2 adet 495 kişilik Lokanta ve 3900 araçlık otoparka sahip olacaktır. Konya’da 17 adet bulunan Turizm işletme belgeli restaurantın 5.270 kişilik kapasitesi vardır. 7 adet de Yatırım Belgeli olarak bulunan restaurantın 2.850 kişilik kapasitesi vardır (Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 İstatistikleri, www.konyakultur.gov.tr , 2017).

Çeşitli doğal güzellikleri bünyesinde bulundurup birçok farklı medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya’da Mevlana müzesi başta olmak üzere diğer müzeler, tarihi yerler, camiler, kiliseler ve son dönemlerde ilgi odağına dönen Mevlana Kültür Merkezi ve İstiklal Harbi Şehitliği yerli ve yabancı turisti kendisine çeken mekânlar olmaktadır.Konya ilinde gerek arkeolojik kazılarla elde edilen gerekse çeşitli etnografik mimari eserler ile diğer kültür ve manevi değeri olan eserlerin sergilendiği 7’si merkezde olmak üzere toplamda 10 müze bulunmaktadır. Bunlar (Tapur,2009: 487);

- Mevlana Müzesi

- İnce Minare Taş ve Ahşap Eserler Müzesi
- Karatay Müzesi
- Sırçalı Medrese (Mezar Anıtları Müzesi)
- Arkeoloji Müzesi
- Etnografya Müzesi
- Atatürk Müzesi
- Akşehir’ de Arkeoloji ve Atatürk Müzesi
- Ereğli Müzesi

Sayırsız tarih, kültür ve doğal zenginlikleriyle ilgi odağı olmuş olan Konya, adeta bir müze şehri hüviyetindedir. Mevlana, Şems-i Tebrizî, Şeyh Sadrettin Konevi ve üç yüze yakın velisiyle inanç turizmine hizmet eden Konya’nın yıllara göre müze ziyaretçi sayıları Tablo 5’de verilmiştir (İçli, 2001: ii).

Tablo 5: Müze Ziyaretçi İstatistiği (2009-2017)

YIL	ZİYARETÇİ SAYISI
2009	1.626.341
2010	1.803.375
2011	1.926.015
2012	1.811.335
2013	2.313.293
2014	2.298.027
2015	2.711.192
2016	2.254.689
2017 (İlk 8 ay)	1.734.690

Kaynak: Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 İstatistikleri, www.konyakultur.gov.tr , 2017

Geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya ili ülkemizin önde gelen inanç turizmi merkezlerinden biridir. 1207 yılında Afganistan’ın Belh şehrinde doğan Mevlana 1212 yılında ailesiyle birlikte Belh’ten ayrılmış ve farklı şehirlerde bir süre yaşamıştır. Daha sonra Mevlana’nın babası Bahaddin Veled ve ailesini Sultan Alaaddin Konya’ya davet etmiş onlarda 1228

yılında Konya'ya teşrif etmişlerdir. Mevlana Celaleddin-i Rumi tüm dünya tarafından bilinen önemli bir ilim insanı ve sufidir. Cumhuriyetten sonra müze haline dönüştürülen Mevlana Külliyesi ve Türbesi'nin bulunduğu Mevlana müzesi 3 Mart 1927 yılında ziyarete açılmıştır (Kervankıran ve Eryılmaz, 2017: 282).

Mevlana Celaleddin-i Rumi'nin türbesinin olduğu Konya'da bulunan Mevlana Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze ve örenyerleri arasında 2016 yılında 2.429.573 ziyaretçiyle 1. sırayı aldı.

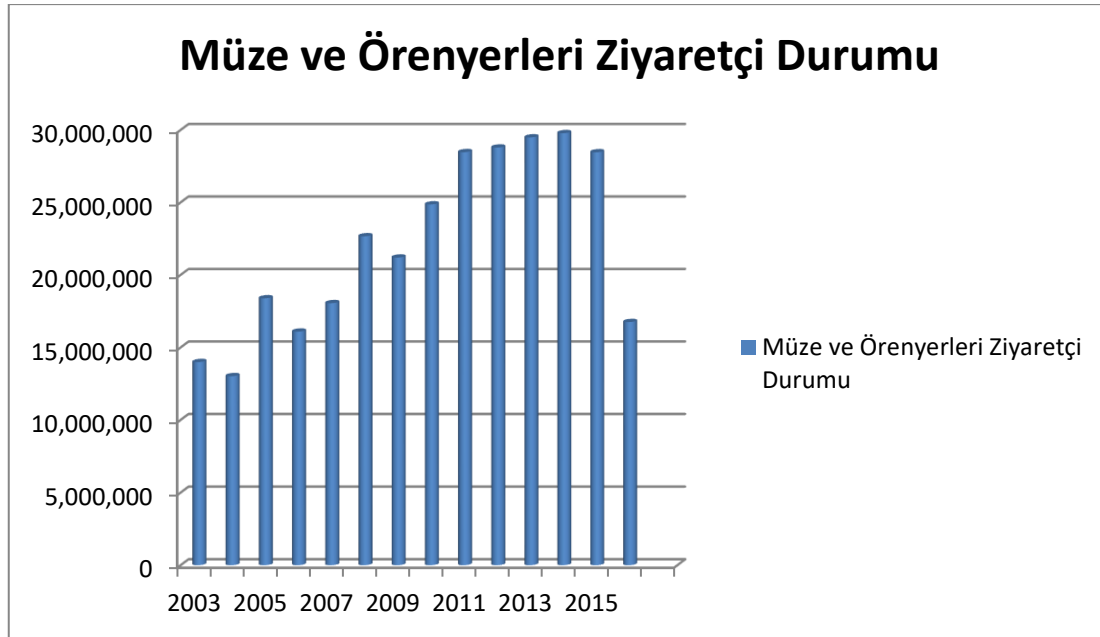
Tablo 6: 2015-2016 Yıllarında En Fazla Ziyaret Edilen 10 Müze

	2015		2016	
1	İstanbul Ayasofya Müzesi	3.466.638	Konya Mevlana Müzesi	2.429.573
2	İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi	3.252.524	İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi	1.463.577
3	Konya Mevlana Müzesi	2.337.850	İstanbul Ayasofya Müzesi	1.436.577
4	İstanbul Topkapı Sarayı – Harem Dairesi	877.331	Denizli Hierapolis (Pamukkale) Örenyeri	974.508
5	İstanbul Arkeoloji Müzeleri	411.797	İzmir Efes Örenyeri	899.021
6	Ankara Cumhuriyet Müzesi	381.294	Nevşehir Göreme Örenyeri	509.131
7	Antalya Demre Müzesi	364.529	Aksaray İhlara Vadisi Örenyeri	385.904
8	Nevşehir Hacıbektaş Müzesi	363.457	Nevşehir Hacıbektaş Müzesi	306.292
9	Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi	272.814	İstanbul Topkapı Sarayı – Harem Dairesi	291.870
10	İstanbul Kariye Müzesi	233.000	Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri	285.645

Kaynak: www.kulturvarliklari.gov.tr , 2017

2015 yılında ülke genelinde yaşanan kaos ve diğer ülkelerle yaşanan anlaşmazlıklar müze ve ören yerlerimizin ziyaret edilme oranını etkilemiştir. Bununla beraber 2016 yılında yapılan zamlar ile müze ve ören yerlerinin ziyaret sayıları daha da olumsuz etkilenmiş oldu. Ülkede yaşanan tahribatlar, defnecilik ve restorasyon faciaları gibi skandalların sayısı her geçen gün artarken, müze ve ören yerlerinin giriş ücretlerine yapılan zamlar ile diğer yıllarda görülen artış sonraki dönemde yerini düşüşe bırakmıştır (Erman, www.arkeofili.com, 2017).

Şekil 6: Müze ve Örenyerleri Ziyaretçi Durumu



*Bilgiler 6 ay ara ile güncellenmektedir.

Kaynak: www.kulturvarliklari.gov.tr , 2017

3.3. Konya’da Kültür ve Turizm Sorunları

Mevlana ve Şemsi Tebriz-i gibi uluslararası üne sahip olan değerleri bünyesinde bulunduran Konya tarihi kalıntılar, ören yerleri, camiler, medreseler, türbeler ve doğal güzellikler gibi alternatif turizm potansiyeline sahip bir şehirdir. Alternatif turizm ürünlerini değerlendirerek hem kendi ekonomisine hem de Türkiye ekonomisine bu alanda önemli bir hareketlilik kazandıracak olan Konya ziyaretçiler ve tur acenteleri tarafından bir uğrak yeri olarak görüldükçe bu çok mümkün olmamaktadır (Tapur, 2009: 487-488).

Turizm pazarından pay alabilmek ve ekonomik anlamda turizm temelli olarak kalkınmanın sağlanması etkili bir tanıtım politikası oluşturulup izlenmeli, yazılı ve sözlü basın araçlarından yararlanılmalı, bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler kullanılmalı ve alternatif turizm çeşitleri tanıtılarak bölge turizme kazandırılmalıdır. Konya ili inanç turizm merkezlerinden biri olarak görülmekte ve ziyaretçiler de ağırlıklı olarak inanç turizmi çerçevesinde bu şehre gelmektedir. Gelen turistlerin inanç turizmi dışında bölgede var olan alternatif kaynaklardan haberdar olması Konya’nın uğrak yeri olmaktan ziyade turizm çeşitliliklerinin değerlendirildiği bir merkez olmasını sağlar. Bu açıdan kongre turizmi, kültürel turizm ve av turizmi gibi

diğer turizm türlerinin geliştirilerek tanıtımının yapılması boş zamanları değerlendirme alternatifi olarak geliştirilmeye çalışılmalıdır (Uluslan ve Batman, 2010: 257).

Turizm türlerini tamamlayıcı özelliğe sahip olan alternatif turizm türlerinden kongre turizmi Konya ili için gelişme potansiyeline sahip bir konumdadır. Konya ili gerek coğrafi konumu gerekse sahip olduğu yer şekilleri itibariyle bunun yanında başkente olan yakınlığı sebebiyle kongre turizminin gelişme avantajını bünyesinde bulundurur. Kongre turizmi, turizmin mevsimsellik özelliğini azaltarak turizm sezonunun uzatılmasını ve tesislerin daha verimli olarak kullanılmasını sağlar. Turizm hareketinin mevsimsellikten çıkarak bütün bir yıla yayılmasını sağlayan kongre turizmine katılanlar aynı zamanda gelir ve kültür seviyeleri yüksek olan kişilerdir. Böyle olması da diğer turizm çeşitlerine göre kongre turizminin yapıldığı bölgede ekonomik ve sosyo-kültürel daha fazla gelir getirici etkisi olduğunu kanıtlar (Garda vd., 2016)

3.3.1. Konya İli Kültür ve Turizm GZFT Analizi

SWOT analizinin temel amacı karar verme aşamasında konu ile ilgili güçlü (strengths) ve zayıf (weaknesses) yönler ile fırsatlar (opportunities) ve tehditler (thereats) in görülebilmesini sağlamaktır. Bu noktada kuvvetli veya zayıf, avantajlı veya dezavantajlı noktaların birlikte değerlendirilebilmesini sağlar. SWOT/GZFT analiz yöntemi ile Konya'nın turizm potansiyelinin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatlar ve tehditleri Tablo 7' de belirtilmiştir.

Tablo 7: Konya'nın Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi

<p style="text-align: center;">GÜÇLÜ YÖNLER</p> <ul style="list-style-type: none"> • İl genelinde zengin tarih, kültür, sanat ve tabiat varlıklarının bulunması ile zengin bir kültür ve inanç turizmi unsurlarının varlığı, • Mevlana'nın Konya'da yaşamış olması ve türbesinin burada bulunması, • Mevlana Müzesi başta olmak üzere 10 adet müzenin bulunması, • Mevlana, Nasrettin Hoca, Çatalhöyük, Sille'nin uluslararası tanınmışlığı, • Konya il merkezinin Anadolu Selçuklu Devletinin Başkenti olması ve çok sayıda Selçuklu eserinin bulunması, • Çatalhöyük gibi uluslararası tanınan ören yeri ve kazı alanlarının olması, • Türk Tasavvuf Müziği Topluluğu ve Tiyatro Müdürlüğü ile kültür amaçlı Vakıf ve Derneklerin, sanat kuruluşlarının bulunması, • Eko turizm faaliyetlerine olanak sağlayan doğal yapı (Çatalhöyük, Beyşehir gölü, Sille, Klistra, Bozdağlar, Meke gölü, mağaralar vb.) • Turizm eğitimi veren çok sayıda nitelikli kurumun varlığı (Turizm Otelcilik bölümü olan liseler ve üniversite) 	<p style="text-align: center;">ZAYIF YÖNLER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kültür ve tabiat varlıklarının yeterince korunamaması, restore edilememesi ve turistlerin istifadesine sunulmaması, • En zayıf yönü tanıtım eksikliği ve tur acentelerinin Konya'ya olan az ilgisi, Konya'nın ulusal ve uluslararası fuarlarda yeterince temsil edilmemesi ile kültürel amaçlı faaliyetlerin ulusal ve uluslararası platformlara taşınmaması, • El sanatlarının desteklenememesi ve pazar imkânlarının yetersizliği nedeniyle neredeyse ortadan kalkacak düzeye gelmesi, • Kapsamlı bir kültür envanterinin hazırlanamaması, • Konya için bir kültür politikasının henüz oluşturulamamış olması, • Sahip olunan ekoturizm kaynaklarına rağmen bu konuda tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olması, • Özellikle yabancı turistler açısından düşünüldüğü zaman yöre halkının yabancı dil bilgisinin yetersizliği • Profesyonel olarak ekoturizm faaliyeti yapan kurum, kuruluş ve şirketin çok az sayıda olması
<p style="text-align: center;">FIRSATLAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Şehrin coğrafi konumu nedeniyle kara yolu, demir yolu ve hava yolu ulaşım imkânlarının elverişli olması, • Konya-Ankara ve Konya-Eskişehir-İstanbul arası hızlı tren ulaşım ağının olması, • Arkeoloji Müzesinde sergilenen zengin arkeolojik eser varlığı, • El sanatları ve halı-kilimlerin (Sille, Lâdik halıları) uluslararası tanınması, • Tarihi pek Yolu üzerinde bulunan Selçuklu ve Osmanlı eseri hanlar, • Zengin yöresel mutfağı ve zengin folklorik değerlerin olması, • Konya Büyükşehir belediyesi başta olmak üzere diğer resmi kurumların kültür ve turizm varlıklarını koruma ve restore etmeye verdikleri büyük önem • Turizmle ilgili MEVKA başta olmak üzere birçok kurum tarafından yapılan projeler ve uygulamalar. 	<p style="text-align: center;">TEHDİTLER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomik nedenle korunamayan kültür ve tabiat varlıklarının olması, • Hz. Mevlana ve benzeri şahsiyetlerin isimlerinin uygun olmayan ticari işletme ve mallarda kullanılması, • Kültür ve turizm konusunda kurumlar arası koordinasyon eksikliği, • İmar planlarında kültür ve turizme yönelik planlama eksikliği, • Turizm konusunda gerekli bilgi ve turizm algısının yeterince gelişmemiş ve turizm alanlarında ziyaretçileri bilgilendirmenin sınırlı olması, • Turistlerin eğlenebileceği mekânların sınırlı olması, • Şehrin tarihi ve kültürel dokusunun muhafaza edilememesi ve tarihi Sille kiliseler gibi birçok tarihi dokunun yavaş yavaş tahrip olması, • Beyşehir, Meke ve Akşehir gölü vb. göllerde dışarıdan gelen tehditlerle ekoturizm yapısının bozulmaya başlaması.

3.4. Mevlana Kalkınma Ajansı ve Turizm

Kalkınma kavramı büyüme ve gelişme kavramları arasında iç içe geçmiş birbiri ile orantılı bir şekilde ilerleme gösteren bir ilişkidir. Burada bahsedilen büyüme sayısal değer artışıdır. Yani ülke ve bölge ekonomisinde görülen üretimin ve istihdam oranının artmasıdır. Bu sayısal artışın yanında ve buna bağlı olarak ortaya çıkan yaşam düzeyinin yükselmesi, sosyal, kültürel vb. alanlardaki gelişmeler de kalkınma olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Kalkınma, bölgesel kalkınma, gelişme, büyüme, sürdürülebilir kalkınma gibi konular son zamanlarda birçok açıdan ele alınmakta ve tartışılmaktadır. Dolayısıyla ekonomik anlamda bölgelerarası gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasının bölgesel kalkınma anlayışının temelini oluşturduğunu söyleyebiliriz (Özkan vd., 2014: 34).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda bölgesel kalkınma ajansları şu şekilde tanımlanmıştır “merkezi hükümetlerden bağımsız bir idari yapıda, sınırları çizilmiş bir bölgenin girişimcilik potansiyelini geliştirip canlandırmak ve böylece ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla kurulmuş ve faaliyetlerini kamunun veya özel sektörün finanse ettiği bir kuruluş” tur. Kalkınma Ajansları' nın tarihine bakacak olursak dünya 1930'lu yıllara dayanan bir geçmişi vardır. 1950'li yıllarda Batı Avrupa ülkelerinde önem arz etmeye başlayıp 1970'li yıllarda öneminin giderek arttığı bilinen Kalkınma Ajansları Doğu Avrupa ülkelerinde 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren kurulmuştur (Engin, 2011). Ülkemizde ise Kalkınma Ajansları 2006 yılında 5449 sayılı “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun” ile Resmi Gazete' de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (Karadeniz Yılmaz, 1).

Türkiye'nin yüzölçümü en büyük ili olan Konya, Anadolu'nun merkezinde bir coğrafi konuma sahiptir. Sahip olduğu alternatif ulaşım yolları, üniversiteleri, Teknokent' i, Organize Sanayi Bölgeleri ve modern altyapısı ile gelişime uygun potansiyeli bulunmaktadır. Bölge içi kalkınmışlık farklarını azaltmak ve rekabet gücünü artırarak ülke ekonomisine katkı sağlamak amacıyla 22 Kasım 2008 tarih ve 27062 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2008/14306 sayılı Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulması Hakkındaki Bakanlar Kurulu Kararı ile

Konya ve Karaman illerini kapsayan Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA) kurulmuştur. MEVKA' nın merkezi Konya'dadır. Amaç Konya ve Karaman illerinin mevcut potansiyellerinin güçlenmesini sağlamak ve bölgeler arasındaki farklılıkları en aza indirerek kalkınmayı hızlandırmaktır (Vurucu, 2013: 127).

Yerel potansiyeli harekete geçirerek bölgelerarası farklılıkları azaltan, toplumu ve dolayısıyla toplumsal yapıyı etkileyen, yeni istihdam alanları yaratan ve en önemli özelliği ekonomik alanda gelir sağlayan turizm çok sayıda ülkede olduğu gibi ülkemizde de önemli bir etkinliktir. Bölgeye uygun turizm türünün seçimi, altyapı ve üstyapının standartlara uygunluğu ve etkili tanıtım gibi konular o bölgede turizmin gelişimi açısından oldukça önemlidir. Bulunduğu bölgede turizmin gelişimini sağlamada etkili roller alabileceği düşünülen genel amaçları kalkınmayı sağlayarak bölgelerarasındaki gelişmişlik farklarını en aza indirmek olan kalkınma ajanslarının turizm konusunda etkinliği bu bölümde ele alınacaktır (Polat ve Yılmaz, 2014: 139).

3.5. MEVKA' nın Kültür ve Turizm Konulu Faaliyetleri

Kamu tüzel kişiliğine sahip olan kalkınma ajansları kamu, özel sektör ve STK'lar arasında işbirliğini geliştirerek yerel potansiyeli harekete geçirip bölgesel gelişmeyi hızlandırmayı amaçlar. Aynı zamanda sürdürülebilir ve rekabetçi bir bölgesel ekonomi oluşturmak için bölgelerarası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak amacı ile faaliyet gösteren kalkınma ajansları ülkemizde 2006 yılından itibaren AB uyum sürecinde gündeme gelmiştir. Konya ili merkez olmak üzere Konya ve Karaman illerini kapsayan Düzey 2 (TR52) bölgesinde faaliyet gösteren Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA) Türkiye'deki 26 Kalkınma Ajansından birisidir (www.konyadayatirim.gov.tr, 2017).

Ulusal kalkınmanın yerel öncüsü olmayı kendisine vizyon edinen MEVKA, ulusal ve uluslararası düzeyde kalite, markalaşma ve kurumsallaşma temellerinde sağlıklı bir şekilde rekabetçi üretim yapılan bir bölgede lider kuruluş olmayı misyonu olarak belirtmiştir (Vurucu, 2013: 128).

Bölgesel ekonomik kalkınma için uygun koşulların oluşturulması, bölgenin çekiciliğinin artırılması, bölgenin sosyo-kültürel değerlerinin geliştirilmesinin

sağlamasını hedefleyen bölgesel kalkınma ajansları bu hedeflerini uygulayabilmek için bölgedeki potansiyeli kullanmalıdır (Türkoğlu, 2015: 187). Dolayısıyla bölgenin sahip olduğu kaynaklar doğrultusunda bölgeye uygun olan turizm türünün seçimi, altyapı ve üstyapının standartlara uygunluğu ve etkili tanıtım gibi konular turizmin gelişimi için oldukça önemlidir. Bu açıdan bölgesel anlamda turizmin gelişimini sağlamada o bölgede etkin olan ajansların önemli roller alabileceği düşünülmektedir (Polat ve Yılmaz, 2014: 139).

Toplumsal, politik ve çevresel yönleri de bulunan turizm sektörü bulunduğu bölgede özellikle ekonomiye önemli katkı sağlamaktadır (Kültür ve Turizm Teknik Komisyon Raporu, 2010: 26). En temel turizm ürününün inanç temelli olarak geliştiği MEVKA Bölgesi'nde, ekonomik gelişimin sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleşmesi, geliştirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada bölgede faaliyet gösteren turizm sektörlerinin bölgesel kalkınmaya etkisi ele alınmıştır (MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı, 2011: 50).

3.5.1. MEVKA' nın Kültür ve Turizm Faaliyetlerine Destekleri

Geleneksel turizmin yanı sıra alternatif turizm adı verilen birçok alt dallardan oluşan Turizm sektöründe bulunan alt dalların her biri başına bir sektör konumundadır. İnanç, kültür-tarih, toplantı, sağlık, spor, doğa vb. gibi çeşitli alternatif turizm faaliyetlerini bünyesinde barındıran MEVKA Bölgesi'nde, inanç ve kültür turizmi gibi bazı alt turizm sektörlerine yönelik çalışmaların öncelikli olarak gerçekleştirilmesi öngörülmüştür. MEVKA' nın çalışmaları sonucunda, bölgenin sahip olduğu doğal özellikler ve güzellikler ziyaretçilerin ilgisini çeker hale gelerek önemli destinasyonları gündeme getirmiştir. Destinasyon turistik kaynakların kümelendiği bir coğrafi alanı ifade etmektedir. İnanç, kültür ve sağlık alt sektörlerinde küresel rekabetçilik güçlerinin artırılması için sektörel olarak makro düzeyde stratejik planlar yapılmış ve bölgesel kümelenmeye gidilmesi gerekliliği ortaya çıkarılmıştır (MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı, 2011: 3).

2009 yılının Eylül ayında ilk personel alımı sürecini tamamlamış olan MEVKA bölge içi kalkınmışlık farklarını azaltarak ülke ekonomisine katkıda

bulunmak ve rekabet gücünü artırmak amacıyla; kamu, özel sektör, üniversite ve STK'lar arasındaki işbirliğini güçlendirerek bölgede bulunan tüm paydaşlar arasında ortak hareket etme kültürünü geliştirmek çerçevesinde plan ve programlar yaparak bölgeye hizmet etmek adına hızlı bir şekilde çalışmalarına başlamıştır. Düzey 2 Bölgesi'nde varlığını sürdüren MEVKA, 2010-2013 Bölge Planı ile çalışmalarına başlamış ve ilk mali destek programını da bu yılda ilan etmiştir. Bölgede ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın sağlanması için çalışan MEVKA bölgenin kültür ve turizm konusunda sahip olduğu üstünlüklerin farkında olarak bu konuya da önem vermektedir (Karadeniz Yılmaz, 3).

Mevlana Kalkınma Ajansı, bölgede turizmin geliştirilmesi, bölge kırsalında alternatif gelir kaynaklarının oluşturulması ve turizm potansiyellerinin kullanılması amacı ile kurulduğu günden bugüne kadar pek çok projeye destek vererek bölgenin turizm alanında cazibe merkezi haline gelmesini amaçlamıştır (www.mevka.org.tr,2017).

Tablo 8: Yıllara ve İllere Göre Kültür, Turizm ve Tanıtım Konulu Proje Sayıları ve Bütçeleri

Yıl/İl	Konya		Karaman	
	Proje Sayısı	Toplam Ajans Desteği/ Toplam Sözleşme Bütçesi	Proje Sayısı	Toplam Ajans Desteği/ Toplam Sözleşme Bütçesi
2009	2	463.631TL / 618.175 TL	-	-
2010	3	369.716 TL / 627	2	215.757 TL / 290.635 TL
2011	9	1.269.709 TL / 1.852.736 TL	5	703.277 TL / 1.173.274 TL
2012	16	4.202.526 TL / 6.881.926 TL	5	1.323.526 TL / 1.935.052 TL
2013	-	-	-	-
2014	-	-	-	-
2015	8	274.230 TL/ 351.370 TL	5	2.000.000 TL/3.739.277 TL
2016	6	-	3	-

*2017 yılı Ağustos ayı itibarıyla 2016 yılının son altı ayı ve 2017 yılı MDP sonuçları henüz açıklanmamıştır.

Kaynak: MEVKA veri tabanından uyarlanmıştır.

Konya’da 6.305.583 TL Ajans destekli ve toplam sözleşme bütçeleri 9.980.142 TL olan 30 projenin 9’u merkez 21’i diğer ilçelerde yürütülmüştür. Karaman’daki 12 projenin toplam sözleşme bütçesi 3.398.962 TL iken Ajans mali desteği 2.242.560 TL olmuştur. 9’u merkezde, 3’ü diğer ilçelerde yürütülen bu projelerin kapsadığı yıllar 2009-2010-2011-2012’dir. Mali destek kapsamında örnek olan projeler şunlardır (Karadeniz Yılmaz, 9);

- Kültür Köyü Sille’de Turizm Altyapısının Güçlendirilmesi Projesi,
- Konya’nın Japonya’da Tanıtımı ve Turizm İşbirliği Projesi,
- UNESCO Alan Yönetim Merkezinin Kurulması Projesi,
- Çatalhöyük’ün Tanıtımı, Fiziki Korunması ve Deneysel Evlerin Yapımı Projesi,
- Boncuklu Höyük Civarı Çevre Düzenleme Projesi,
- Manazan'dan İncesu’ya Taşkale’de Turizm Projesi,
- Ermenek Turizm İçin Aydınlanıyor Projesi,
- Hz. Mevlana’dan Yunus Emre’ye Evrensel Sevgi ve Kültürlerin Kardeşliği Projesi,

2013 yılında “Bölgenin Rekabet Gücünün Artırılması Mali Destek Programı” na 170, “Turizme Yönelik Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programı” na ise 38 proje başvurusu yapılmıştır. Ön incelemenin yapıldığı idari uygunluk kontrolünden sonra Bölgenin Rekabet Gücünün artırılması Mali Destek Programına 64 adet ve Turizme Yönelik Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programına ise 22 adet Başvuru Sahibiyle ajansımız arasında sözleşme imzalanmış olup 2013 yılı ajans faaliyet raporunun hazırlandığı o dönem için projelerin uygulama süreçleri devam etmekteydi (2013 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2014: 65).

2015 yılı ajans faaliyet raporuna baktığımız zaman 2012 Yılı Bölgenin Rekabet Gücünün Artırılması Mali Destek Programı, 2012 Yılı Turizme Yönelik Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programı, 2014 Yılı Kentsel Altyapının Geliştirilmesi Mali Destek Programı ve Teknoloji Odaklı Üretim Mali Destek Programı o yıl içerisinde uygulama dönemi devam eden programlar olarak yer almaktadır (2015 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2015: 102). Ardından 2016 Yılı Ajans

Faaliyet Raporunda ise 2012 Yılı Turizme Yönelik Küçük Ölçekli Altyapı, 2014 Yılı Kentsel Altyapının Geliştirilmesi, 2015 Yılı Yenilenebilir Enerji (Kar Amacı Güden Kurumlar İçin), 2015 Yılı Yenilenebilir Enerji (Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar İçin) ve 2015 Yılı Bölge İçi Gelişmişlik Farklarının Azaltılması Mali Destek Programı da 2016 yılı içerisinde uygulama dönemi devam eden programlar olarak yer alır (2016 Yılı Ajans Ara Faaliyet Raporu, 2016: 87).

3.5.2. MEVKA' nın Bölge Planı Kapsamında Yaptığı Çalışmalar

2010-2013 ve 2014-2023 dönemlerini kapsayacak şekilde bölge paydaşlarının aktif katılımı ile MEVKA Koordinasyonunda iki bölge planı hazırlanmıştır. Her iki planda bölgede bulunan paydaşların aktif ve gönüllü bir şekilde katılımı esas alınmıştır. Bölgenin kendine özgü dinamiklerini ortaya çıkarıp stratejik bir yaklaşım ile hazırlanmış olan planlar bölgede ortak katılma bilincini yükseltmeyi ve bu şekilde sahip olunan potansiyeli kalkınmayı hızlandıracak alanlara sevk etmeyi hedeflemiştir. Ulaşılabilir bir bölge vizyonu tespit etmek ve belirlenen vizyona ulaşmak amacıyla hazırlanan bölge planları genel bir kalkınma çerçevesi çizmektedir. Bu planlar kamu, özel sektör, üniversiteler ve STK tarafından sahiplenilmesi gereken plan niteliğindedirler. Yani bunlar Ajansın kurumsal stratejik planı değil daha kapsamlı birer plandır. Aşağıdaki bölümlerde 2010-2013 ve 2014-2023 Bölge Planlarının genel çerçeveleri hakkında bilgiye yer verilmiştir (Karadeniz Yılmaz, 3).

3.5.2.1. TR52 Düzey2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı

Bölgenin gelecek tasavvuru, bugünkü durumu ve kaynakları ile bu kaynakların ne şekilde kalkınma amaçlarına hizmet edeceği TR52 Düzey2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı' nın temelini oluşturmaktadır. Hazırlık sürecinde ilçe toplantıları, sorun analizi çalıştayları ve vizyon belirleme toplantılarının yapılmış olduğu Bölge Planı katılımcı ve stratejik bir yaklaşımla hazırlanmıştır. Yerel kaynakların harekete geçirilerek kalkınma sürecinin hızlandırılması ve paydaşlar tarafından bölgenin tanınıp ortaç bilincin geliştirilmesi TR52 Düzey2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı' nın iki temel fonksiyonudur (Karadeniz Yılmaz, 3).

TR52 Düzey 2 Bölgesi iki başkenti bünyesinde bulundurulur. Bunlar Selçuklu'nun başkenti olan Konya ve Türkçe'nin başkenti olan Karaman illeridir. Bunun yanında Mevlana, Nasrettin Hoca, Yunus Emre, Sille, Kilistra ve insanlık tarihinin ilk yerleşim yeri olan Çatalhöyük gibi birçok tarihi ve kültürel değere sahiptir. 4 yıllık bir süreci kapsayan 2010-2013 TR52 Düzey 2 Bölgesi vizyonunu "Kaynaklarını etkin ve çevreye duyarlı olarak kullanan, sosyo-kültürel yapısı güçlü, rekabetçilik temelinde sürekli gelişen lider bir bölge olmak" olarak belirlemiştir. Belirlenen vizyona ulaşmak adına 5 temel eksen bulunmaktadır. Bunlar (TR52 Düzey2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı, 2010: 119);

- Bölgenin rekabetçilik düzeyini artırmak,
- İnsan kaynaklarının geliştirilerek istihdamı artırmak,
- Sosyo-kültürel yapıyı güçlendirmek,
- Doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamak,
- Bölgenin cazibesinin artırılması

Mevlana Kalkınma Ajansı 24 Aralık 2012 tarihi itibarıyla TR 52 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı'nın amaçları doğrultusunda iki adet Mali Destek programına ilişkin Proje Teklif çağrısı yayınlanmıştır (2013 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2014: 64).

3.5.2.2. Konya Karaman Bölgesi 2013-2024 Bölge Planı

Ülkemiz alternatif turizm türleri açısından sahip olduğu halde kullanamadığı potansiyelleri koruyarak kullanmayı Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013'de hedeflemektedir. Sağlık, termal turizm, yayla, kongre, fuar ile kırsal ve eko turizm, gibi alternatif turizm kaynaklarının cazibesi artırılacaktır (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007: 1). Konya'nın kültür turizminin canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulması da Türkiye Turizm Stratejisi 2023 de hedeflenmektedir (KOP Bölgesi Turizm Master Planı, sayfa:75)

2014-2023 Bölge Planı'nın hazırlık sürecinin temel ilkesi olarak yerel aktörlerce sahiplenilmesi ve böylece uygulanabilirliğinin artırılması belirlenmiştir. Böylece danışma, dâhil olma ve işbirliği düzeylerinde çeşitli paydaşların plan sürecinde aktif rol almaları sağlanmıştır. Tarihi ve doğal güzellikleri ile ülkemizin en

önemli turizm potansiyeline sahip olan TR52 Bölgesi 2013-2024 Bölge Planı vizyonu “Yüksek ve dengeli refah seviyesine ulaşmış, uluslararası ekonomilerle bütünleşmiş, insanların sevgi ve hoşgörü temelinde çalışmak, üretmek ve yaşamak için tercih ettikleri bir bölge” olarak belirlenmiştir. Bu vizyonu hayata geçirebilmek amacıyla 2013-2024 Bölge Planı’nda 7 amaç belirlenmiştir. 5’i yatay, 2’si mekânsal olmak üzere belirlenen amaçlar bulunmaktadır (Karadeniz Yılmaz, www.mevka.org.tr ,2017).

Yatay amaçlar;

- Ulusal ve küresel düzeyde daha rekabetçi işletmeler oluşturmak,
- Yatırım ortamının iyileştirmek,
- Bilgi ve becerilerini sürekli yenileyen, birlikte hareket edebilen, sağlıklı bireyler olan insana yatırım yapmak,
- Bölge içi gelişmişlik farklarını azaltarak bölge kırsalında yaşamı canlandırmak ve tarımda yapısal dönüşümü sağlamak,
- Koruma-kullanma dengesi içinde yeşil büyümeyi sağlamak.

Mekânsal Amaçlar:

- Bölge içindeki yerleşim yerlerine farklı müdahale biçimlerini içeren çok merkezli ve dengeli bir mekânsal örgütlenme oluşturmak
- Bölgenin lojistik alt yapısını güçlendirerek ulusal ve küresel düzeyde erişilebilirliğini artırmak.

Bilgi ve becerileri konusunda sürekli yenilenen işletmeleri ulusal ve küresel düzeyde daha rekabetçi hale getirerek yatırım ortamını iyileştirmek, bölge içi gelişmişlik farklarının azaltılmak ve bölge kırsalında yaşamın canlandırılarak büyümesini sağlamak 2014-2023 Konya Karaman Bölge planının temel amaçlarıdır. Bunlar aynı zamanda Mevlana Kalkınma Ajansının 2014 yılındaki politikalarını da ortaya koymuştur. Aynı zamanda bölgenin lojistik alt yapısını güçlendirerek ulusal ve küresel düzeyde erişilebilirliğini artırmak da TR52 Bölgesi 2013-2024 Bölge Planı’nın amaçları arasındadır (2016 Yılı Ajans Ara Faaliyet Raporu, 2016: 33).

3.5.3. Mali ve Teknik Destekler

Kaynakları ve bütçe gelirleri 5449 sayılı Konunun 19. maddesinde düzenlenen kalkınma ajanslarının mali destekleri doğrudan finansman, doğrudan faaliyet ve güdümlü proje destekleri ile faizli ve faizsiz kredi desteğinden oluşur. Belirli bir amacın gerçekleşmesi doğrultusunda faaliyetin desteklenmesi ve bu desteği kullanacak olanlara doğrudan ve karşılıksız olarak yapılan ödemelere kalkınma ajanslarının mali destekleri diyoruz. Teknik destekler ise kurumsal nitelikli ve kapasite geliştirici faaliyetlerdir. Bölgede bulunan yerel aktörlerin bölgesel kalkınma açısından önem arz eden kurumsal kapasiteyi geliştirmeye yönelik olarak program ve proje hazırlanmasına katkı sağlayan desteklerdir. Teknik destekler kısmında herhangi bir mali destek verilmez (Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 44)

Kalkınma ajansları tarafından sağlanan mali destekler; doğrudan finansman desteği, faiz desteği ve faizsiz kredi desteğidir. Proje teklif çağrısı, doğrudan faaliyet desteği ve güdümlü proje desteği ise doğrudan finansman destekleridir. Kalkınma ajansları proje destek sürecini hızlandırmak ve rekabet edebilirlik açısından fırsatlardan yararlanarak bölgenin kalkınmasına destek olmak amacıyla Doğrudan Faaliyet Desteği (DFD) sağlayabilir (Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, www.oka.org.tr, 2017)

Ajansların proje teklif çağrısına çıkmaksızın stratejik araştırma, planlama ve fizibilite çalışmalarında yararlanıcılara sağladığı karşılıksız destekler olan DFD' den yerel yönetimler, üniversiteler, diğer kamu kurum ve kuruluşları, organize sanayi bölgeleri, küçük sanayi siteleri, teknoparklar, teknoloji geliştirme bölgeleri, endüstri bölgeleri, iş geliştirme merkezleri, birlikler ve kar amacı gütmeyen kooperatifler yararlanabilmektedir. 2015 yılında 21 ajans DFD programı uygulamıştır. Yürütülen DFD programına ilişkin bilgiler Tablo 9' da sunulmaktadır (Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 49).

Tablo 9: Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Uygulamaları

Ajans Adı	İlan edilen toplam Bütçe (TL)	Destek tutarı (TL)	Başvuru Sayısı	Sözleşme İmzalanan Başvuru Sayısı
ANKARAKA	1.000.000	780.512	76	15
BAKA	400.000	490.817	17	9
ÇKA	1.000.000	963.120	23	14
DAKA	1.000.000	252.000	30	3
DİKA	750.000	489.796	11	7
DOĞAKA	500.000	227.320	13	5
DOKA	1.295.000	1.249.338	63	20
FKA	1.400.000	1.476.676	43	21
GEKA	900.000	161.205	53	18
GMKA	500.000	929.000	20	3
İKA	1.000.000	519.287	39	18
KARACADAĞ	600.000	999.999	33	11
KUDAKA	1.000.000	200.000	46	17
KUZKA	250.000	1.437.018	15	2
MARKA	1.340.000	1.437.018	81	23
MEVKA	500.000	476.295	18	9
OKA	500.000	537.346	19	10
ORAN	1.000.000	702.071	29	10
SERKA	900.000	955.360	28	16
TRAKYAKA	700.000	615.898	30	9
ZEKA	500.000	499.849	37	11
TOPLAM	17.035.000	15.362.037	724	251

KAYNAK: Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 50

Tablo 9’ da belirtildiği gibi Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Uygulamaları’ nda MEVKA için ilan edilen toplam bütçe 500.000 TL iken bu destekten faydalanmak adına toplamda 18 başvuru yapılmış ve bunlardan 9’u ile sözleşme imzalanarak 476.295 TL destek aktarılmıştır.

2015 yılında uygulanan Doğrudan Faaliyet Destekleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (2015 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2015: 66);

- Konya Turizminde Yeni Destinasyonlar
- Meram Organize Sanayi Bölgesi Fizibilite Projesi
- Derbent İlçesinde Turizm Yatırım Alanlarının Geliştirilmesi ve Çevre
- Düzenlemesi Projelerinin Hazırlanması Projesi
- Karaman İli Foto Safari Turizmine Yönelik Çalışma
- Taşeli Platosu’ nun Turizmine Ve Tarihine Yatırımda Sarıveliler
- Kesişen Yollarda Turizm Değeri Göktepe

Bölge planında belirlenen öncelikler doğrultusunda doğrudan destek sağlamaya yönelik olarak proje teklif çağrısı yöntemi uygulanmadan konusu ve koşulları ajans öncülüğünde belirlenen özel nitelikli model projelere güdümlü projeler diyoruz. İhtiyaç duyulan alanlarda insan kaynaklarının, organizasyon modellerinin ve yeni finansman modellerinin geliştirilmesi güdümlü projeler için esas olan maddelerdir. Genel olarak özel sektör işletmeciliğini güçlendirecek şekilde üretim ve ihracat kapasitesinin geliştirilmesi de güdümlü projelerin öncelikleri arasındadır (www.bebka.org.tr, 2017). Güdümlü Proje Desteği (GDP)'nin amacı bölgesel gelişmenin hızlandırılarak rekabet edebilirliğin güçlendirilmesidir.

2015 yılında MEVKA iki adet güdümlü proje uygulaması yürütmüştür. Tablo 10' da bu uygulamalara ilişkin detaylı bilgiler verilmektedir (Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 51).

Tablo 10: Kalkınma ajansları 2015 yılı Güdümlü Proje Desteği Uygulamaları

Ajans Adı	Proje Adı	Projenin Uygulama Yeri	Proje Uygulama Süresi (Ay)	Destek Tutarı (TL)	Eş-Finansman Dâhil Destek Tutarı
MEVKA	Taşeli Bölgesi Su Sporları ve Doğa Turizmi Projesi	Karaman-Ermenek	18	1.000.000	1.339.277
MEVKA	Karaman Turizm Bilgi Merkezi	Karaman-Merkez	24	1.000.000	2.221.500
TOPLAM				2.000.000	3.550.777

Kaynak: Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 52

MEVKA' nın projenin uygulanma yeri olarak Karaman-Ermenek bölgesini kapsayan ve Ermenek merkezli bir turizm hareketliliğinin oluşturularak turizmde kalitenin artırılması Taşeli Bölgesi Su Sporları ve Doğa Turizmi Projesi'nin hedefidir. Aynı zamanda bölge ekonomisinin gelişimine de katkı sağlamak hedeflenmiştir. Uygulamaya koyulduğu dönemde 2016 yılının ikinci yarısında tamamlanması öngörülen bir proje olarak yer almıştır. "Welcome Center/ Turizm Bilgi Merkezi" açılarak Karaman turizmini geliştirmenin amaçlandığı Karaman Turizm Merkezi Projesi ile Karaman'ın tarihi ve kültürel varlıklarını potansiyel turistlere ve turizm konusunda kendini geliştirmek isteyen kişilere anlatmak amaçlanmıştır. Bu şekilde Karaman'a gelecek turistlerin ilin turizm değerlerinden

etkilenmeleri ve ilde daha fazla vakit geçirmeleri sağlanmak istenmiştir (Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 54). Tablo 11’de MEVKA tarafından desteklenen güdümlü projeler yer almaktadır.

Tablo 11: MEVKA Tarafından Desteklenen Güdümlü Projeler

Yıl	Proje Adı	Yararlanıcı	Sözleşme Bütçe (TL)	Destek Bütçe (TL)
2011	Karaman İş Geliştirme Merkezi	Karaman Organize Sanayi Bölgesi	1.333.333	1.000.000
2011	Bölgesel İnovasyon Merkezi	Konya Sanayi Odası	5.335.000	4.000.000
2012	Mesleki Eğitim Merkezi	Konya Ticaret Odası	10.300.000	6.000.000
2013	Fuar ve Kongre Merkezi	Karaman Belediyesi	5.926.631	2.000.000
2014	Tohum Teknolojileri ve Gen Vadisi*	Konya Ticaret Borsası	7.222.572	4.950.000
2015	Taşeli Bölgesi Su Sporları ve Doğa Turizmi Projesi	Ermenek Belediyesi	1.339.277	1.000.000
2015	Karaman Turizm Merkezi*	Karaman Belediyesi	2.300.000	1.000.000

*Bu projeler henüz imza aşamasındadır.MEVKA veri tabanı kullanılarak Yasemin Karadeniz Yılmaz tarafından hazırlanmıştır.

Kaynak: Karadeniz Yılmaz, Mevlana Kalkınma Ajansı Kültür, Turizm ve Tanıtım Faaliyetleri, www.mevka.org.tr, 2017

MEVKA faaliyetlerine başladığı 2009 yılından bu yana farklı konularda mali destek faaliyetinde bulunmuştur. Faaliyet raporlarında yer alan ve bölgenin ihtiyaç duyduğu özellikli konularda olmasına özen gösterilen mali destek faaliyetlerinin yıllara ve konularına göre bütçeleri Tablo 12’ de gösterilmiştir.

Tablo 12: MEVKA' nın Yıllara göre Mali Destek Faaliyetleri

Mali Destek Faaliyetleri	2012	2013	2014	2015
Doğrudan Faaliyet Desteği	*	Bütçesi 500.000 TL olan DFD programına 21 adet başvuru yapılmış, sunulan projelerin 7 adedi kurul tarafından onaylanmıştır.	“Yatırım Ortamının İyileştirilmesi” önceliğinde 500.000 TL değerinde DFD	Bütçesi 500.000 TL olan DFD programına 18 adet başvuru yapılmış, sunulan projelerin 10 adedi kurul tarafından onaylanmış
Güdümlü Proje Desteği	Konya Ticaret Odası'nın “Mesleki Eğitim Merkezi”	Karaman Belediyesi'nin “Fuar Alanı ve Kongre Merkezi”	Konya Ticaret Borsası'nın “Tohum ve Gen Teknolojileri Vadisi”	Karaman Belediye'si için “Karaman Turizm Bilgi Merkezi”, Ermenek Belediye'si için “Taşeli Bölgesi Turizm ve Su Sporları Merkezi”
Teknik Destek Programı	398.000 TL 'lik toplam bütçesi olan TDP' na 96 başvuru yapılmış, bunlardan 37 adedi başarılı bulunmuş	500.000 TL' lik toplam bütçesi olan TDP' na toplam 72 başvuru yapılmış, bunlardan 48 adedi başarılı bulunmuş	Bütçesi 300.000 TL değerinde “İnsana Yatırım” 1 amaçlayan teknik destek programı	Ajansa 621.864 TL değerinde 47 adet başvuru yapılmış, bunlardan 25 adedi başarılı bulunmuş

* Ajans Faaliyet Raporları' nda bu yıllara ait bilgiler yer almamaktadır.

KAYNAK: 2011 – 2015 yılları arası Ajans Faaliyet Raporlarından derlenmiştir.

2014 yılında ajansa 634.482 TL değerinde 61 adet teknik destek başvurusu yapılmış olup bu başvurular arasından 31 adedi başarılı bulunmuştur. Değeri 283.725 TL olan 31 adet başvurunun hizmet alımı vasıtası ile tamamlanması için ilgili kurumlar ile sözleşmeler imzalanmıştır (2014 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2014: 64). 5 Aralık 2013 tarihinde MEVKA 2014 Yılı Mali Destek Programları kapsamında 12.000.000 TL değerinde “Bilgi ve Teknoloji Odaklı Üretim Mali Destek Programı” (BİLTEK) ve 3.000.000 TL değerinde “Kentsel Altyapının Geliştirilmesi Mali Destek Programı” (KENTSEL) adlarında iki farklı mali destek programına çıkmıştır (2013 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, 2014: 65).

Bölgesel kalkınma açısından önemli olduğu halde kurumsal kapasite eksikliği nedeni ile hazırlanma ve uygulanma aşamalarında sorun yaşanan çalışmalara destek

sağlamak ajansların teknik destek programlarının amacıdır. Ajanslar bazında 2016 yılı teknik destek uygulamaları Tablo 13’ de verilmiştir. 2016 yılında Teknik Destek Programı kapsamında 1.480 proje başvurusu gerçekleşmiş ve bunlar içerisinde 731 adet proje destek almaya hak kazanmıştır (Kalkınma Ajansları 2016Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2017: 48-49).

Tablo 13: Kalkınma Ajansları 2016 Yılı Teknik Destek Uygulamaları

Ajans Adı	İlan Toplam (TL)	Edilen Bütçe	Teknik Destek Maliyeti	Başvuru Sayısı	Sözleşme İmzalanan Proje Sayısı
AHİKA	400.000		375.824	49	39
ANKARAKA	500.000		469.678	159	40
BAKKA	300.000		69.737	35	8
BEBKA	600.000		439.639	107	65
ÇKA	500.000		399.612	67	41
DİKA	100.000		170.978	36	13
DOĞAKA	350.000		144.341	34	21
DAKA	1.000.000		744.425	129	79
DOKA	400.000		430.806	82	45
FKA	200.000		193.167	53	32
GEKA	250.000		240.158	72	38
GMKA	200.000		151.985	48	17
İKA	1.000.000		719.732	177	91
KARACADAĞ	200.000		138.367	36	14
KUZKA	350.000		169.127	61	24
KUDAKA	250.000		33.535	25	11
MARKA	300.000		279.667	80	30
MEVKA	250.000		265.000	51	32
ORAN	500.000		43.318	24	8
OKA	250.000		86.919	34	16
SERKA	200.000		217.969	48	34
TRAKYAKA	340.000		338.308	73	33
TOPLAM	8.440.000		6.122.294	1.480	731

Kaynak: Kalkınma Ajansları 2016Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2017: 49

Mali ve Teknik destek konusunda ele alınan tüm tabloların 2015 yılı genel faaliyet raporundan alınmış olması 2016 ve 2017 yılı kalkınma ajansları genel

faaliyet raporu verilerinin henüz olmadığından dolayıdır. Örneğin 2015 yılı genel faaliyet raporu 24.10.2016 tarihinde yayımlanmıştır. Bu nedenle 2016 yılı genel faaliyet raporuna ulaşmak çok mümkün değildir.

30.06.2016 tarihi itibarı ile Ajans'a 336.297 TL değerinde 36 adet teknik destek başvurusu yapılmış olup başvurular arasından değeri 181.000 TL olan 24 adedi başarılı bulunarak hizmet alımı vasıtası ile tamamlanması için ilgili kurumlar ile sözleşmeler imzalanmıştır. Uygulanması tamamlanmış ve halen devam etmekte olan turizmle ilgili Teknik destek talepleri aşağıdaki gibidir (2016 Yılı Ajans Ara Faaliyet Raporu, 2016: 50-51);

- Karapınar'ın Sosyo-Ekonomik Gelişimine Katkı Sağlanması Projesi- Karapınar S.Y.D.V.
- Karaman Belediyesi Personeli Turizm Ön Büro Elemanı Eğitimi- Karaman Belediyesi
- Turizm Sektörüne Hizmet Veren İşletmelerin Hizmet Kalitesinin Arttırılması- İlgın Ticaret Odası
- Karaman İlinde Kongre Turizminin Lojistiği, Bölgedeki Potansiyeli Ve Turizme Katkısının Araştırılması- Karaman Müze Müdürlüğü
- İvriz'in Tarihi Ve Kültürel Yapısının Tanıtılması- Halkapınar Kaymakamlığı
- Ereğli'nin Tarih Kültür Rehberi İle Tanıtımının Sağlanması- Ereğli Belediyesi
- Beyşehir'i Keşfet- Beyşehir Ticaret Odası
- Beyşehir, Turizmle Canlanıyor- Beyşehir Belediyesi

Aşağıdaki tabloda 2015 yılı MEVKA' nın turizmle ilgili olarak kabul edilen projeleri yer almaktadır.

Tablo 14: 2015 Yılı MEVKA Tarafından Onaylanan Turizm Konulu Projeler

TÜR	PROJENİN ADI	İL	KURUM TÜRÜ	DESTEK BÜTÇE	SÖZLEŞME BÜTÇE	MAHİYETİ
GDP	Taşeli Bölgesi Su Sporları Ve Doğa Turizmi Projesi	Karaman	Belediye	1.000.000	1.339.277	Yatırım
GDP	Karaman Turizm Merkezi	Karaman	Belediye	1.000.000	2.400.000	Yatırım
DFD	Konya Turizminde Yeni Destinasyon	Konya	Kamu	74.000	74.930	Araştırma
DFD	Derbent' de Turizm Yatırım Alanlarının Geliştirilmesi ve Çevre Düzenlemesi	Konya	Belediye	74.340	74.340	Fizibilite
DFD	Karaman İli Foto Safari Turizmine Yönelik Çalışma	Karaman	Oda	53.000	63.994	Araştırma
DFD	Taşeli Platosunun Turizmüne ve Tarihine Yatırım	Karaman	Belediye	23.690	31.275	Araştırma
DFD	Geçmişin İzinde Konya	Konya	Üniversite	64.890	141.100	Araştırma
TD	Konya Turizm Haritası	Konya	Dernek	12.000	12.000	Danışmanlık Sağlama
TD	Sille Turizm Gönüllüleri ile Tanıtılıyor	Konya	Dernek	9.000	9.000	Eğitim
TD	Konya Tur Programları Seyahat Acentelerine Tanıtılıyor	Konya	Kamu	11.000	11.000	Eğitim
TD	Konya Sanayisi ve Turizminin Tanıtımı Projesi	Konya	Oda	14.500	14.500	Danışmanlık Sağlama
TD	Konya Dünya Dilleri İle Tanıtılıyor Projesi	Konya	Vakıf	14.500	14.500	Danışmanlık Sağlama
TD	Karaman'ın Turizm Algısının Oluşturulması	Karaman	Özel İdare	10.000	10.000	Danışmanlık Sağlama

Kaynak: MEVKA Veri Tabanından Uyarlanmıştır.

TR 52 Bölgesi 2014-2023 taslak Bölge Planı'nın amaçları doğrultusunda Teknik Destek Programı kapsamında uygun proje başvurularını bekleyen MEVKA program kapsamında eğitim faaliyetlerine ilişkin talepleri tüm vergiler dâhil maksimum 8.000 TL, diğer talepleri (Araştırma, fizibilite vs.) ise tüm vergiler maksimum 15.000 TL olarak belirlemiştir. Bölgedeki yerel aktörlerin bölgesel kalkınma açısından önem arz eden çalışmaları için, yerelde yeterli kurumsal kapasitenin tesis edilmesine yönelik çalışmalara destek sağlamak programın genel amacını oluşturmaktadır. Aşağıda Teknik Destek Programı kapsamında uygun projelerin başvuru süreleri yer almaktadır (www.ab-ilan.com, 2017).

Dönem	Referans Numarası	Son Teslim Tarihi ve Zamanı
1.Dönem	TR 52-17-TD01	28.02.2017, 18:30
2.Dönem	TR 52-17-TD02	28.04.2017, 18:30
3.Dönem	TR 52-17-TD03	30.06.2017, 18:30
4.Dönem	TR 52-17-TD04	31.08.2017, 18:30
5.Dönem	TR 52-17-TD05	31.10.2017, 18:30
6.Dönem	TR 52-17-TD06	29.12.2017, 18:30

Kaynak: www.ab-ilan.com, 2017

Proje temelli düşünce tarzını geliştirmeyi ve bunu topluma yerleştirmeyi kendine hedef edinmiş olan MEVKA, mali ve teknik destek programları ile kurulduğu 2009 yılından bu güne kadar Konya ve Karaman illerinin rekabet gücünün artırılarak bölgelerarası gelişmiş farklarının azaltılmasına yönelik çalışmalar yapmıştır. MEVKA 2009-2017 yılı arasında mali ve teknik destek programları ile toplamda 160 milyon TL'nin üzerinde destek sağlamıştır.

3.5.4. Yatırım Destek Ofisleri Aracılığıyla Yapılan Tanıtım Faaliyetleri

Ulusal düzeyde koordinasyon görevinin Devlet Planlama Teşkilatı'na verildiği Kalkınma Ajanslarının örgütlenme yapısına baktığımızda danışma organı olan Kalkınma Kurulu, karar organı olan Yönetim Kurulu, ajansın teknik birimi ve icra organı olan Genel Sekreterlik ile Yatırım Destek Ofisleri karşımıza çıkar

(Yılmaz, 2010: 188-189). 5449 sayılı Kanununun 7. maddesine göre MEVKA' nın teşkilat yapısı da bu şekildedir (Vurucu, 2013: 128).

Bölgede yatırım yapmak isteyen yatırımcılar için “ Tek Durak Ofis” görevi görerek yatırımcılara bilgi sağlayarak onlara bedelsiz destek hizmetleri sunan birimler olan Yatırım Destek Ofisleri yatırımcı için izin ve ruhsat işlemlerini koordine ederek bilgilendirme ve raporlama çalışmaları yapar (www.konyadayatirim.gov.tr, 2017). Bölge kalkınması açısından kilit rolleri bulunan Yatırım Destek Ofisleri kalkınma ajanslarının en önemli organlarından biridir ve bölge illerinde yönetim kurulu kararı ile biri koordinatör olmak üzere en çok beş uzmanın görev alacağı şekilde oluşturulur.

Konya ve Karaman illerinde Mevlana Kalkınma Ajansı bünyesinde Yatırım Destek Ofisleri kurulmuştur. Temel görevi bölgenin iş ve yatırım imkânlarının, ilgili kuruluşlarla işbirliği halinde ulusal ve uluslararası düzeyde analiz ve stratejisini yapmak veya yaptırmak olan Yatırım Destek Ofisleri' nin Konya ve Karaman'da kurulma amacı yatırımcılar için destek sağlamaktır (Mevlana Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi, 2014: 3).

Tablo 15: İllere Göre Yatırım Destek Ofisi Faaliyetleri

Yatırım Destek Ofisi Faaliyetleri	Konya			Karaman		
	2014	2015	2016 (ilk altı aylık dönem)	2014	2015	2016 (ilk altı aylık dönem)
Yatırımcı Bilgilendirme Faaliyeti	369	223	122	112	40	20
Ziyaretçiler	13	6	16	*	*	*
Yerinde Ziyaret Edilen Kurum ve Kuruluşlar	48	52	16	*	*	*
Katılım Sağlanan Programlar	10	3	21	2	2	3
Düzenlenen Organizasyonlar	17	15	11	4	5	6

Kaynak: Ajans Faaliyet Raporu, 2014-2015-2016' dan derlenmiştir.

* Ajans Faaliyet Raporları' nda bu yıllara ait bilgiler yer almamaktadır.

2016 yılında Konya ili için katılım sağlanan 21 programdan turizmle ilgili olanı 20.05.2016 tarihinde Halkapınar'da gerçekleştirilen İvriz Tarım, Kültür ve Turizm Festivali'dir.

2016 yılı mart ayında Hindistan Büyükelçiliği ziyaret edilerek, TR 52 Bölgesi ve Karaman ilinin turizm ve sanayi gibi sektörel potansiyeline ilişkin tanıtım ve bilgilendirme gerçekleştirilmiştir. İl genelinde bulunan kamu kurum ve kuruluşları, dernekler ve çeşitli firmalar farklı zamanlarda ziyaret edilerek Ajans tanıtımı, hibe ve destekler gibi konularda bilgilendirilmelerde bulunulmuştur (2016 Yılı Ajans Ara Faaliyet Raporu, 2016: 78). Bölgenin yatırım olanakları ve potansiyelleri konusunda kurum, firma ve kişilere danışmanlık hizmeti sağlayan ve bilgilendirmelerde bulunan YDO' lar 2015 yılında toplamda 37.550 kişi/kuruma bilgilendirme ve danışmanlık hizmeti sunmuşlardır. MEVKA Bölgesinde ait bilgilendirme ve danışmanlık yapılan paydaş sayısı Tablo 16' da gösterilmektedir (Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2016: 60).

Tablo 16: Bilgilendirme ve Danışmanlık Hizmetleri

Ajans Adı	YDO Adı	Bilgilendirme ve Danışmanlık Yapılan Paydaş Sayısı
MEVKA	Konya	225
	Karaman	72
TOPLAM		299

Kaynak: Kalkınma Ajansları 2016Yılı Genel Faaliyet Raporu, 2017: 53-54

Aynı Mali ve Teknik destek konusunda olduğu gibi bilgilendirme ve danışmanlık verilerinin aktarıldığı tablo 2016 yılı genel faaliyet raporundan alınmıştır. Böyle olmasının sebebi 2017 ve 2018 yılı kalkınma ajansları genel faaliyet raporu verilerinin henüz olmadığından dolayıdır. YDO' lar 2016 yılında toplamda 30 bin kişi ve kuruma bilgilendirme ve danışmanlık hizmeti sunmuştur bunlardan 299' unu MEVKA gerçekleştirmiştir.

3.5.5. MEVKA Tarafından Sağlanan Destekler

Merkezi ve yerel idarenin dışında var olup kendine özgü teknik ve finansman mekanizmasına sahip olan kalkınma ajansları tarafından ilan edilen mali ve teknik destek mekanizmaları bulunmaktadır. Daha önceki bölümde bahsedildiği gibi

doğrudan finansman, faiz ve faizsiz kredi desteği olmak üzere mali destekler üçe ayrılmaktadır. Doğrudan finansman destekleri de üç farklı şekilde uygulanır. Bunlar; proje teklif çağrısı yöntemi, doğrudan faaliyet destekleri ve güdümlü proje destekleri şeklindedir. Kamu kurum ve kuruluşlarına, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına, özel işletmelere, sivil toplum kuruluşlarına, üniversitelere, kooperatiflere, diğer gerçek ve tüzel kişilere proje ve faaliyetlerine göre mali ve teknik destek sağlanmıştır. Bugüne kadar MEVKA tarafından bölgeye sağlanan tüm destek türlerine baktığımız zaman yalnızca faiz ve faizsiz kredi desteğinin yer almadığını görüyoruz. İlki 2010 yılında ilan edilen teknik desteklere toplamda 3,28 milyon TL bütçe ayrılırken 2011 yılında ilan edilmeye başlanan doğrudan faaliyet desteklerine MEVKA 2,5 Milyon TL ayırmıştır. Proje teklif çağruları aracılığıyla MEVKA bölgeye 103 milyon TL destek olmuştur (Karadeniz Yılmaz, 6-7).

Tablo 17: Destek Türlerine ve Yıllara Göre Program Bütçeleri

Destek Türü	Toplam Program Bütçesi							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Toplam
Teknik Destekler		0,83	0,8	0,35	0,5	0,3	0,5	3,28
Doğrudan Faaliyet Destekleri			0,6	0,35	0,5	0,5	0,5	2,5
Proje Teklif Çağruları	10	20	15	20		15	23	103
Güdümlü Proje Destekleri	-		5	6	2	4,95	2	19,95

Kaynak: Karadeniz Yılmaz, 7

*MEVKA Veri Tabanı Kullanılarak Yasemin Karadeniz Yılmaz Tarafından Hazırlanmıştır.

MEVKA tarafından sağlanan destek türleri ve bu desteklerin yıllara göre program bütçeleri yukarıdaki tabloda verilmiştir. Bir de planların zaman boyutuna bakılarak yapılan bir ayırım mevcuttur. Bunlar uzun, orta ve kısa vadeli planlar olmak üzere üçe ayrılır. Örgütlerin uzun vadede izleyeceği temel amaç ve stratejileri kapsayan uzun vadeli planlar beş yılın üzerinde olan planlardır. Bunu izleyen ve bir ile beş yıl arasındaki orta vadeli planlar uzun vadeli planların uygulanmasına yönelik açılımları bünyesinde bulundurur. Son olarak bir yıl ya da daha kısa zaman diliminde olan planlar ise kısa vadeli olarak adlandırılır.

3.5.5.1. Kısa ve Orta Vadede Gerçekleştirilecek Çalışmalar

Kültür, Turizm ve Tanıtım Sektörü Raporu' nda MEVKA' nın bazen işbirliği yapılacak kuruluş bazen de sorumlu kuruluş olarak yer aldığı kısa ve orta vadede gerçekleştirilmesi planlanan çalışmaları bulunmaktadır. İşbirliği yapılacak kuruluş olarak yer aldığı çalışmalar şunlardır(Sektör Çalışmaları No:1, 2014: 34);

- Karatay ve İnce Minare Medreselerinin Aslı Fonksiyonlarına Uygun Şekilde Tefriş Edilmesi
- Sille Mağaralar Bölgesinin Turizme Kazandırılması
- Kubad Abad Selçuklu Saray Sitesinin Milli Saraylar Kapsamına Alınması ve Restorasyonu
- Fasıllar Anıtı Projesinin Uygulanması
- Mevlâna Celâleddin-i Rûmî (Mevlevî) Köyü
- Akşehir Nasreddin Hoca Dünya Mizah Köyü
- Termal Turizm Gelişim ve Koruma Bölgesi
- Beyşehir Turizminin Geliştirilmesi

Sorumlu kuruluş olarak yer aldığı çalışmalar ise şunlardır;

- Konya Tanıtım Materyallerinin Hazırlanması
- Marka Kültür-Turizm Kenti Konya

Özellikle yatırımı ve üretimi destekleyici bir anlayış ile hazırlanan orta vadeli planlar enflasyonu aşağıya çekmek ve istihdamı artırarak sürdürülebilir bir büyüme politikası oluşturmayı hedefler. Ekonominin istikrarlı bir şekilde büyüyerek toplum refahının yükseltilmesi de amaçlar arasındadır.

3.5.5.2. Uzun Vadede Gerçekleştirilecek Çalışmalar

Kültür, Turizm ve Tanıtım Sektörü Raporu' nda MEVKA' nın bazen işbirliği yapılacak kuruluş olarak yer aldığı uzun vadede gerçekleştirilmesi planlanan çalışmaları bulunmaktadır. İşbirliği yapılacak kuruluş olarak yer aldığı çalışmalar şunlardır (Sektör Çalışmaları No:1, 2014: 38);

- Alâaddin Tepesi Kılıçaslan Sarayı Köşkü'nün İhyâsı
- Konya Sille Hagios Hariton(Ak Manastır) Manastırı'nın Turizme Kazandırılması

- Çatalhöyük Müzesinin Açılması
- Meke Gölü'nün Su Seviyesinin Korunması
- Derbent Aladağ Kayak ve Kış Sporları Merkezi
- Kilistra Antik Kenti'nin Turizme Kazandırılması



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümünde TR52 Bölgesinde faaliyet gösteren ve merkezi Konya’da olan MEVKA’ da yapılan mülakat çalışmasının değerlendirilmesine yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Konusu, Önemi ve Amacı

Bölgesel dengesizliklerin giderilmesini hedefleyen bölgesel kalkınma politikaları sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlayıp yeniden yapılanmayı amaçlamaktadır. Yerel dinamiklere dayalı kalkınmayı amaçlayan bölgesel gelişme politikalarında tarım, sanayi ve hizmet sektörüyle beraber turizmde bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesinde bölgesel gelişme araçlarından biri haline gelmiştir. Turizm son zamanlarda kalkınmaya hız verici unsurlar içermesi açısından bölgesel ekonomik kalkınma aracı olma niteliği kazanmıştır.

Küreselleşmeyle artıp yerel rekabetle birlikte güçlenen ve 1990’larda yaygınlaşan yönetim anlayışının bir ürünü olarak yerelde kalkınmayı sağlayacak birimler olan kalkınma ajanslarından biri olup Konya ilinde faaliyet gösteren MEVKA 2009 yılında kurulmuştur. Konya ilinin bölgesel kalkınmasında turizmin rolünün konu edildiği bu çalışmada MEVKA ya yönelik bir araştırma yapılmıştır.

Dış ticaret açığını gidererek ülkenin kalkınmasında önemli bir rol oynayan turizm son zamanlarda kalkınmaya hız verici bir sektör haline gelmiştir. Bir bölgenin doğal güzellikleri, tarihi, kültürü ve iklimi o bölgenin ekonomisine katkıda bulunduğu gibi bunların aynı zamanda turizmin gelişmesi için gerekli koşullar olduğunu söylemek yanlış olmaz. Turizm faaliyetlerini gelişmesiyle birlikte yeni çalışma alanları da oluşmakta ve bu da istihdamın artması demek olduğundan bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Turizm ülkelerin gelirlerini ve yatırımlarını artıran, ülkeye döviz girdisi sağlayan, istihdam olanakları oluşturan ulusal ve bölgesel gelişmelere katkıda bulunan bir sektör haline gelmiştir. “Konya İlinin Bölgesel Kalkınmasında Turizmin Rolü” nün konu edildiği bu çalışmada ülke ekonomisi

açısından göz ardı edilemeyecek derecede önemli bir sektör olan turizm çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Sosyo-ekonomik dengesizliklerin giderilmesi konusunda uygulanan kalkınma politikaları bölgelerarası farklılıkları ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma ile sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlaması açısından turizm sektörünün kalkınma konusunda ne derece etkili olduğu öğrenilmeye çalışılmıştır. Kaynak ve imkânlarla sahip olan bölgelerde kalkınmaya hız verici bir araç olma niteliğine sahip olan turizm sektörünün gelişmesi ile ülkeye giren döviz miktarında, istihdam oranında ve milli gelirden bir artış yaşanmıştır. Bununla beraber alt yapı imkânlarının ve bankacılık, ulaşım, gıda gibi sektörlerin gelişmesinde de olumlu sonuçlar kendini göstermiştir. Bu çalışmanın konusu, bölgesel ekonomik kalkınma aracı olan turizmin genelde bölgesel kalkınmaya ve özelde de Konya ilinin kalkınmasına etkisini incelemektir. Bölgesel kalkınmada turizmin rolünü MEVKA örneğinde araştırmak bu çalışmanın temel amacıdır. Bununla beraber Konya'da turizmin çeşitlenip gelişebilmesinin önündeki eksikliklerin araştırılması da alt amaç olarak belirlenmiştir. Turizm konusunda görülen bu eksikliklerin giderilmesi için yapılması gerekenler mülakatlar ile beraber aktarılmaya çalışılmıştır. Bu şekilde somutlaştırılmış olan eksikliklerin giderilmesi bölgesel anlamda turizm temelli olarak kalkınmanın sağlanması için bir öneri niteliğinde olacaktır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bölgesel ekonomik kalkınma aracı olan turizmin genelde bölgesel kalkınmaya ve özelde de Konya ilinin kalkınmasına etkisinin incelendiği bu çalışmada öncelikle kavramsal tanımlamalar yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümlerinde yapılan literatür taraması sonucu kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Daha sonra Konya ilinin sosyo ekonomik özellikleri ve turizm konusunda sahip olduğu kaynaklardan bahsedilerek MEVKA'nın çalışmalarına yer verilmiştir.

Çalışmanın ilgili literatür taramasında Konya'da bulunan kütüphanelerden kaynaklar, ulusal tez merkezinden ulaşılabilen yüksek lisans ve doktora tezleri, veri tabanlarından ulaşılabilen makale ve bildiriler, ilgili kurum ve kuruluşlara ait ilgili alanda yayımlanan raporlar incelenmiş ve bunlar belirleyici kriter olmuştur. Genelde

bölgesel eşitsizlik, kalkınma politikaları, kalkınma ajansları, uluslararası ve ulusal kalkınmada ekonomiyi etkileyen unsurlar ve özelde turizm sektörünün bölgesel kalkınma konusundaki rolünün konu alındığı çalışmalara yönelik incelemeler yapılmıştır.

Bu çalışmada bilimsel araştırmalarda kullanılan veri toplama teknikleri olan anket, deney, gözlem, görüşme ve tarama yöntemlerinden biri olan mülakat (görüşme) yöntemi kullanılarak Konya bölgesinde faaliyette olan Mevlana Kalkınma Ajansı'nın çalışanlarıyla bir mülakat (görüşme) yapılmıştır. Mülakat çalışmasının uygulanma zamanı 2018 yılı Ocak-Mart dönemidir. Veri toplama yöntemlerinden biri olan görüşme formu araştırmanın amaçları doğrultusunda daha önce hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezleri ve teorik çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Ayşe Durgun' un yüksek lisans tezi ve Mert Demiral' in uzmanlık tezi araştırma sorularının oluşturulmasında öncelikle belirleyici olmuştur. Görüşme formu 20 adet açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır. Bu form 7 bireye uygulanmıştır. Görüşme formu uygulanması sırasında elde edilen bilgiler not edilerek kayıt altına alınmıştır. Görüşme formunda Konya ilinde turizmin çeşitlenip gelişebilmesinin önündeki eksiklikler tespit edilmeye çalışılmıştır.

4.3. Araştırmanın Sorusu ve Sınırlılıkları

Her bilimsel araştırma bir sorunun çözümü veya yeni bilgilerin ortaya koyulması amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu araştırmanın sorunsalı MEVKA çalışanları ile yapılan mülakatlar sonucu onların düşünceleri dâhilinde değerlendirilmiştir.

Bir araştırmanın yürütülebilirliği açısından araştırmanın kapsamı ve sınırlılıklarının belirlenmesi son derece önemlidir. Araştırmacının ulaşacağı kişi sayısı ya da ne kadar süre içinde tamamlayacağı da araştırma için sınırlılık oluşturmaktadır.

Bu çalışmada evren Konya ili örneklem de MEVKA' da çalışan orta ve üst düzey yöneticilerdir. MEVKA' da çalışan tüm personel örneklem grubuna dâhil değildir. Çalışmada tüm personel ile mülakat yapılmak istenmiş ancak hepsi ile iletişime geçilememiştir. Sonuç olarak bu araştırmada örneklem grubunu oluşturan

kişiler araştırmanın sınırlılıkları sonucu belirlenmiştir. Çünkü araştırmada evrenin tamamına ulaşamayacağı için araştırma örneklem ile sınırlıdır. Bunun yanında araştırmada kullanılan mülakat tekniği de veri toplama araçlarının sınırlılığını gösterir. Araştırmalar belirli bir süre içinde ve sınırlı kaynaklarla yürütüldükleri için araştırmanın kapsamının sınırlanması araştırmanın yürütülüp tamamlanması açısından önemlidir.

4.4. Araştırma Bulguları ve Yorumları

Bu başlık altında Konya ilinde MEVKA çalışanları ile gerçekleştirilen mülakat verileri değerlendirilerek mülakata ilişkin bulgu ve yorumlara yer verilmiştir. Görüşme anında cevaplanan sorular ayrı ayrı başlıklar oluşturularak değerlendirilmiştir. Görüşme yapılan katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar değerlendirilirken kişilere numaralar verilmiştir. Toplamda 7 adet olan katılımcı K1, K2, K3, K4, K5, K6 ve K7 olarak numaralandırılmıştır. Yönetici K1 iken uzmanlar K2, K3, K4, K5 ve diğer personellerde K6 ve K7 olarak adlandırılmıştır. Mülakat sorularının tamamı Ek 1 de yer almaktadır.

4.4.1. Betimleyici İstatistikler

Alan araştırmasına konu olan MEVKA' da gerçekleştirilen mülakat çalışmasına katılanlara ilişkin betimleyici istatistikler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 18: Mülakata Katılanlara İlişkin Betimleyici İstatistikler

	Cinsiyet	MEVKA' daki Pozisyon	
Kadın	1	Yönetici	1
Erkek	6	Uzman	4
		Diğer	2
Toplam	7	Toplam	7

Çalışmanın özgün olması için gerçekleştirilen mülakat çalışmasında biri yönetim birim başkanı, dört tanesi uzman ve diğer iki tanesi de kültür ve turizm alanıyla ilgilenen personellerden oluşan 7 kişinin eğitim seviyesine baktığımız zaman en düşük lisans mezuniyetine sahip oldukları görülmüştür. 2017 Yılı Faaliyet Raporunun incelenmesi sonucu alanında yüksek lisans ve doktora yapmış veya yapmakta olan birim başkanı ve uzman sayısının toplamda 11 adet olduğu görülmüştür.

5449 Sayılı kanunla kurulmuş ve kamu tüzel kişiliğine sahip olduğu Anayasa Mahkemesi'nce karar verilmiş olan Kalkınma Ajansları kamu kurumudur. Mevzuattaki ifadelerden çıkarılan sonuca göre ajans çalışanları ise 4857 Sayılı İş Kanunu'na tabii kamu işçileridir. Sayıştay Bakanlığı'nın 2016 yılı Kalkınma Ajansları Genel Denetim Raporundan elde edilen veriler tablo19' da yer almaktadır.

Tablo19:2013-2016 Yılı MEVKA Personel Sayıları

YIL	İç Denetçi	Uzman(YDO Dahil)	Destek Personeli	Toplam (GS Hariç)
2013	1	34	7	42
2014	1	30	7	38
2015	0	29	6	35
2016	0	17	5	22

Kaynak: T.C. Sayıştay Başkanlığı 2016 Yılı Kalkınma Ajansları Genel Denetim Raporu, 2017

4.4.2. Sorular ve Yanıtlar

Bu bölümde öncelikle Konya ilinin kalkınmasında turizmin ne derece etkili olduğunu araştırmayı amaçlayan araştırma bulgularına yer verilmiştir. Aynı zamanda mülakata katılanlara yöneltilen sorular başlıklar halinde değerlendirilmiştir.

4.4.2.1. Bölgesel Kalkınmada Etkili Olan Ekonomik Faaliyetler

Mülakata katılanlara öncelikle Konya ilinin kalkınmasında hangi ekonomik faaliyetin en fazla etkili olduğu sorulmuş ve bu konudaki düşünceleri tabloda verilmiştir.

Tablo20:Bölgesel Kalkınmada Etkili Olan Ekonomik Faaliyet

Bölgesel Kalkınmada Etkili Olan Ekonomik Faaliyet							
Tarım	X	X	X	X			
Ticaret					X	X	X
Turizm							
Toplam	4				3		

Bölgesel kalkınma konusunda Konya ilinde etkili olan ekonomik faaliyet sizce nedir diye sorulduğunda mülakata katılan toplamda yedi kişinin dördü tarım derken diğer üçü de ticaret demiştir. 38.257.000 da toplam yüzölçümüne sahip olan Konya ilinin 2014 yılı verilerine göre toplam tarım alanı 19.106.386 da'dır. Türkiye'nin tahıl ambarı olarak bilinen Konya ili buğday, arpa, şekerpancarı, havuç, yağlık ayçiçeği, mısır gibi tarımsal ürünlerde ve et, süt ve yumurta tavukçuluğu üretiminde ilk sıralarda yer almaktadır. Bu yüzden ki mülakata katılanların yarısından çoğu bölgenin ekonomik kalkınmasında tarımın en fazla etkili olduğunu

söylemiştir. Bunun yanında genişleyen işyerleri ile sanayi şehri halini almakta olan Konya’da tarıma dayalı olarak gelişen bir sanayi vardır. 1960 yılından sonra hızlanarak gelişen ve bugün yedi şirketi Türkiye’nin 500 büyük şirket arasında yer alan Konya sanayisi bölgenin kalkınmasında önemli bir konumda yer almaktadır. K2 ile yapılan görüşmede bu konudaki düşüncesi şu şekilde olmuştur:

“Tarihi, manevi ve doğal potansiyelleri bünyesinde bulunduran MEVKA bölgesi sahip olduğu bu avantajları doğru bir şekilde kullanırsa o zaman turizm bölge ekonomisine katkı sağlayacaktır. Önemli olan da elde bulunan kaynakların değerlendirilmesi için bu konuda yerel yönetimler, STK’ lar ve yerel halkın işbirliği içinde hareket etmesi için uygun ortamların oluşturulmasıdır.”

Konya ilinin kalkınmasında tarımın etkili bir ekonomik faaliyet olduğunu söyleyen K3’ ün düşüncesi şu şekildedir:

“Konya ili ekonomisi tarıma dayalıdır. İlin topraklarının çok büyük bir kısmı tarıma elverişlidir aynı zamanda modern tarım araçlarının da en çok kullanıldığını söylemek mümkündür. Yani var olan tarım kaynaklarını daha verimli olarak kullanmak, insan gücünü azaltmak ve gerekli modernleşmeyi sağlamak için tarımda modern tarım araçları kullanılmaktadır. Bu örnekten hareketle bölge sahip olduğu turizm kaynaklarını etkin bir şekilde kullanırsa turizm bölge ekonomisine katkı sağlar bunun için öncelikle turizm acentalarının görevleri onlara hatırlatılmalıdır. Daha sonra ve en önemlisi de Konya bölgesi için bir turizm destinasyon ağı oluşturularak bölge turizmi ve ekonomisi canlandırılmalıdır.”

Kara, hava ve özellikle hızlı trenin faaliyete girmesinden sonra cazibesini artıran demiryolu ulaşımı bakımından zengin olan Konya bütün bu özelliklerinin yanında sahip olduğu tarihi, manevi ve doğal potansiyelini doğru bir şekilde kullanırsa o zaman turizm bölge ekonomisine en az tarım ve sanayi kadar fayda sağlayacaktır. Birçok boyutta ülkelerin ve bulunduğu bölgenin gelişmesine katkı sağlayan turizm özünde ekonomik kazanç sağlama amacına yönelmez. Ancak biz var olan turizmi bölgenin kaynakları dâhilinde ekonomik kazanç dönüştürebilsek o zaman tarımdan ve sanayiden olduğu gibi turizmden de ekonomiye fayda sağlanır. Bu şekilde artan bölge ekonomisinin kârı ülke ekonomisini de doğru orantılı olarak etkiler.

4.4.2.2. Turizmin Gelişmesine Katkı Sağlayan Unsurlar

Mülakata katılanlara turizmin gelişmesine katkı sağlayan tanıtım, iletişim, ulaşım, turizm bilinci ve yerel yönetimlerin tutumu gibi unsurlardan hangilerinin bölgede aktif olduğu sorulmuştur. Görüşmelerden varılan sonuç ulaşım ağının bölgede gelişmiş bir seviyede olduğudur. Coğrafi anlamda İç Anadolu Bölgesinin merkezi konumda olan Konya ili kara ve demir yolu ulaşım ağı gelişmiş olan bir ilimizdir. Yani coğrafi yapısı bakımından bütün ulaşım türlerine elverişli bir konumdadır. Turizmin ilerlemesindeki en önemli unsurlardan biri olan ulaşım ve ulaşım sektöründe de demiryolu ağı Konya ilinde gelişmiş bir seviyededir. Özellikle Konya-Ankara, Konya-Eskişehir ve Konya- İstanbul yüksek hızlı treninin olması Konya'nın erişilebilirliği açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır.

Konya ili önemli ulaşım ağlarının odak noktasıdır. İl merkezinden Afyon, Beyşehir, Manavgat, Ankara, Karaman, Mut, Silifke, Aksaray, Ereğli ve Ulukışla olmak üzere toplamda 7 ana yol bağlantısı yer almaktadır. Bu yollar ile ülkenin tüm merkezlerine ulaşım mümkündür. İl içinde önemli kara yolu ulaşım ağları Akşehir, Beyşehir, Seydişehir, Bozkır, Hadim ve Taşkent ilçeleri bağlayan ve Mut'a ulaşan yol ile Çumra-Hadim yoludur. Konya ilini ziyarete gelmek isteyen bir turist ulaşım ağının avantajlarından yararlanarak bu ili kolaylıkla ziyaret edebilir. Mülakat görüşmeleri boyunca özellikle üzerinde durulan konulardan birisi olan turizm destinasyon ağının oluşup turistlerin bu konuda bilinçlendirilmesi gelişmiş olan ulaşım ağının da kullanılarak bölge turizmini canlandırması beklenmektedir.

Turizmin ilerlemesinin en önemli unsurlarından biri olan ulaşım ağının kolaylıkları ile deniz-kum-güneş üçgeninde yaz turizmini Manavgat ya da Silifke'de geçiren bir turist daha sonrasında kültür ve inanç turizmi merkezi olan Konya ilini görmek istemelidir. Turistlerin Konya ilinin bölgesel kalkınmasına katkı sağlaması burayı uğrak yeri olarak kullanmaması ile mümkündür. Bu bilgiler ışığında turizmin gelişmesine katkı sağlayan en önemli unsurlardan birinin ulaşım olduğunu bu şekilde hem yerli hem de yabancı turistlere ulaşım kolaylığı sağlarsak ekonomide turizm temelli bir gelişmenin olacağını söylemek doğrudur. Konya ili için yapılması gereken var olan ulaşım ağının çeşitliliğini ve kolaylığını kullanarak turizm destinasyonlarını çeşitlendirerek tanıtmaktır.

4.4.2.3. Turizm Konusunda Görülen En Önemli Eksiklikler

Konya ilinde turizm konusunda gördüğümüz en önemli eksiklikler ve var olan turizm potansiyelini artırmak için yapılması gerekenler nelerdir sorusuna ulaşılmak üzere görüşme yapılan kişilere sorulmuştur. Bu konuda elde edilen veriler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 21: Turizm Konusunda Görülen Eksiklikler ve Turizm Potansiyelini Artırmak İçin Yapılması Gerekenler

Turizm konusunda görülen eksiklikler	Turizm potansiyelini artırmak için yapılması gerekenler
<ul style="list-style-type: none"> • Pazarlama • Tanıtım • Reklam ve afiş • Altyapı ve hizmetler konusundaki eksiklikler • Arkeolojik alanlarda yapılan tahribatlar • Seyahat acentalarının yalnızca inanç turizmi alanına yoğunlaşması • Ekoturizm alanlarının korunamaması • Alternatif turizm türlerine gereken önemin verilmemesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pazarlamanın yapılması • Tanıtım konusundaki eksiklikleri gidermek • Reklam ve afiş çalışmalarıyla turizm alanlarının cazibesinin artırılması • Altyapı ve hizmetler konusunda ihtiyaçların karşılanması • Arkeolojik alanların koruma altına alınması • Seyahat acentalarının alternatif turizmi teşvik eden turlar düzenlemesi • Ekoturizme yönlendirilebilecek nitelikli iş gücünün ortaya çıkarılması • Alternatif turizm türlerinin değerlendirilmesi

Yukarıdaki tabloda turizm konusunda görülen en önemli eksiklikler ve turizm potansiyelini artırmak için neler yapılabilir konuları özetlenmiştir. Bu anlamda turizm pazarında yer alabilmek ve Konya'nın var olan turizminin pazarlanmasını gerçekleştirebilmek için şehri tam anlamıyla ifade eden marka çalışmalarına önem vermek gerekir. Ayrıca turizm sektörünün gelişmesi için yerel yönetimlerin ve yerel yönetimlere proje sunabilecek seviyede olan kurum ve kuruluşların turizm konusunda destinasyon planları oluşturması ile bölge turizminin potansiyeli artacaktır. Konya ilinde var olan turizm potansiyelini artırmak için yapılması gerekenler nelerdir sorusuna şehrin tanıtım ve reklam çalışmalarına öncelik verilmesi gerektiğini söyleyen K2' nin bu konudaki görüşü şu şekildedir:

“Ülkemiz çok sayıda Japon turistin ilgisini çeken bir konumda bulunmaktadır. Japon turist Tokyo'dan uçakla Moskova bağlantılı olarak Antalya'ya oradan da Kapadokya'ya geçişte Konya'yı bir uğrak yeri olarak görmektedir. Yani yaz turizmini gerçekleştirip Kapadokya'ya geçen bir turist Konya'yı uğrak yeri olarak görmemeli burayı konaklamalı ziyaret edeceği bir turizm şehri olarak görmeli ki

ancak o zaman bölge ekonomisine katkısı olsun. Bunun içinde gerek seyahat acentaları, gerek yerel yönetimler gerekse de yerel halk tanıtım ve reklam çalışmalarına ağırlık vererek şehrin mevcut cazibelerini yerli ve yabancı turiste tanıtılmalı.”

Turizmin bölge ekonomisine katkı sağlaması turistin bölgedeki geceleme sayısı ile doğru orantılıdır. Ancak bölgeye gelen turistlerin Konya'yı uğrak yeri olarak kullanmak dışında alternatiflerden habersiz oluşu bölge ekonomisine katkı sağlamıyor olduğunu gösterir. Turizm konusunda görülen en önemli eksikliklerden biri olan seyahat acentalarının bu konuda bilinçsiz oluşu ve turiste Konya'yı yalnızca inanç turizmi olarak tanıtmasıdır. Seyahat acentalarının turizm sektöründeki ağırlığı fazla olmasına rağmen Konya ili için yetersiz olması bu konuda görülen en önemli eksikliklerdendir. Konya ili yıl içerisinde en fazla turist kabul eden Kapadokya-Pamukkale arasında bir geçiş güzergâhı üzerinde bulunmaktadır. Aynı zamanda yaz turizmi merkezi olan Antalya iline yakınlığı da Konya ilinin güçlü yönleri arasındadır. Gerek seyahat acentaları gerek yerel yönetimler gerekse de yerel halk bu konuda bilinçlenip iş birliği içerisinde bu güçlü yönleri avantaja çevirmelidir. Bu şekilde var olan turizm potansiyeli artırılabilir.

4.4.2.4. Alternatif Turizm Türleri ve Konya'da Gelişebilirliği

Mülakatın devamında alternatif turizm türlerinden hangisi ya da hangilerinin Konya'da geliştirilme şansı vardır diye sorulmuştur. Program yönetim birim başkanı olan K1 bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Konya ilinde inanç turizmi gelişmiş durumdadır. İnanç turizmi temel alınarak turistlerin günlük kalış süresinin artırılmasına yardımcı olunursa turizmin çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin bölge ekonomisine katkı sağlaması mümkün olur. Bu da öncelikle alternatif turizm türlerinin cazibesinin artırılmasıyla doğru orantılıdır. Devamında da bu alternatif turizmin bölgeye gelen turist tarafından bilinmesine yardımcı olunması gerekir. Tanıtım ve reklam en önemli unsurlardan biridir. Bir de turizm acentaları ise bu konuda üstlerine düşen görevi yerine getirmekle yükümlü olmalıdır. Çünkü bölgeyi tanımayan yabancı turist bir seyahat organizasyonu içerisinde turizm acentalarının bilgilendirmesi dâhilinde seyahatini devam ettirir.”

Geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya ili ülkemizin önde gelen inanç turizmi merkezlerinden biri olduğu gibi aynı zamanda bir

Selçuklu başkentidir. Bünyesinde bulundurduğu tarihi ve kültürel zenginlikler değeri ölçülemez derecede önemli bir boyuttadır. Bunun verdiği bir sonuç olarak da en fazla geliştirilme şansına sahip olan turizm türleri kültür ve tarih turizmidir. Aynı zamanda kongre turizmi açısından gerek coğrafi konumu gerek ulaşım ağı çeşitliliği ve kolaylığı gerekse de şehrin bir büyükşehre yakışır bir imaja sahip oluşu Konya'nın kongre turizmi açısından gelişebilirliğini kanıtlar niteliktedir. Kongre turizmi yapıldığı bölgede ekonomik anlamda kalkınmaya da çok fazla etkide bulunmaktadır. Kongre turizmine katılan kişiler genellikle gelir ve kültür seviyeleri yüksek olan turistlerden oluşur. Kongre turizmi ile birlikte bölgeye kazandırılan ekonomik ve sosyo-kültürel zenginlikler bölgenin kalkınmasında diğer turizm çeşitlerine göre daha fazla gelir getiricidir. Bölgede yalnızca inanç temelli olan turizm olayını çeşitlendirerek var olan tesislerin daha verimli bir şekilde kullanılmasını sağlar. Alternatif turizm türlerinden hangisi ya da hangilerinin Konya'da geliştirilme şansının olduğunu MEVKA' da bulunan uzman personellerden bir tanesi olan K5 şu şekilde ifade etmiştir:

“İnanç, kültür ve kongre turizminin gelişmiş olduğu Konya ilinde turizm potansiyeline sahip olan ilçe ya da köylerde var olan bu potansiyelin tanıtımının ve altyapısının ihtiyaçları karşılar seviyeye gelmesi alternatif turizmi geliştirecektir. Örneğin; Beyşehir gölü, derbent kayak merkezi gibi ilçelerimizin sahip olduğu doğal güzellikler değerlendirilerek turizm açısından canlandırılmalıdır. Bu şekilde turizmin alternatif türleri geliştirilerek tanıtımı yapılacak olursa bölgesel ekonomik kalkınmaya katkısı kaçınılmaz olur.”

Alınan cevaplar ışığında var olan inanç turizminin gelişmiş durumda olduğu görülmektedir. Bunun yanında alternatif turizm türlerinden kültür, tarih ve özellikle kongre turizminin bölgede en fazla geliştirilme şansına sahip olduğu sonucuna varılabilir.

Konya için inanç, kültür ve bunlarla birlikte kongre turizmi önemlidir. Bir şehre büyük kongreler getirmek ve bundan tanıtım ile birlikte maddi fayda sağlamak prestijli yatırım ile mümkündür. Konya ili son yıllarda büyük kongre merkezlerini yaparak bu prestijli yatırımlara atılmış bulunmaktadır. Kongre denilip tanıtım ve maddi fayda sağlamaktan bahsettiğimiz zaman küçük toplantılar, paneller ya da yerel bazda etkinlikler değildir. Elbette bunlarda olacak ancak burada istenen ulusal ve

uluslararası çok katılımlı bilimsel etkinlikleri şehre çekmektir. Konya kongre turizmi açısından gelişmekte ve daha fazla gelişmesi için gerekli alt yapıya da sahip bulunmaktadır. Ulaşımı bu konu için oldukça yeterli bir konumdadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi kara, hava ve demir yolu ağı bakımından ulaşılabilirliği mümkün olan Konya iline yüksek hızlı tren ve uçak seferlerinin artırılması kongre turizmi için olumlu sonuçları beraberinde getirmiştir. Konya'ya kongre için gelen kişiler yalnızca kongreyi tamamlayıp gitmek istememeli var olan sosyal ve kültürel faaliyetlerden haberdar olup bunlardan yararlanmak istemelidir. İşte bu şekilde Konya ekonomisine katkıda bulunan bir kongre turizmini görebiliriz.

Resim 2:Konya Selçuklu Bilim ve Kongre Merkezi



4.4.2.5. Konya'da Alternatif Turizm

Konya'ya gelen turistler Mevlana Müzesi dışında merkezde bulunan diğer müzeleri nadir de olsa ziyaret ettikten sonra sizce neden hemen şehirden ayrılmaktadır sorusuna mülakata katılanların neredeyse hepsi Konya'nın yalnızca inanç turizmi olarak tanıtılması cevabını vermişlerdir. Daha sonra da yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapılmaması ile turizm acentalarının Konya'nın alternatif turizminden habersiz olması şeklinde bu soruyu değerlendirmişlerdir. Şöyle ki verilen cevaplar ışığında varılan sonuç aslında bilindiği gibi bünyesinde çok sayıda zenginliği bulunduran Konya ili yalnızca inanç turizmi merkezi olarak görülmekten ve özellikle de tanıtılmaktan çıkarak alternatifler insanlara sunulmalıdır.

Örneğin; turist Mevlana'ya gelmiş ise yalnızca burada varolan inanç turizmini gerçekleştirip şehirden ayrılmamalı, Mevlana ziyaretinden sonra Konya şehir merkezine 8 km uzaklıktaki 3000 yıllık bir tarihe sahip olan Sille'yi görmek istemelidir. Roma döneminde iskân gören, Anadolu uygarlıkları içinde önemli bir konumda olan ve kültürlerin bir arada yaşadığı özel bir mekân olan Sille'yi görmek istemeleri burası hakkında bilgilendirilmeleri ile mümkündür. Bu konuda öncelikle yapılması gereken reklam ve tanıtım çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Bunun ardından Sille gezisini tamamlayıp akşam Konya'nın güzelliklerini kuşbakışı görebileceği Akyokuş'u ziyaret etmelidir. Gece konaklamasını merkezde yaptıktan sonra eğer kış mevsimiye canlandırılan Derbent kayak merkezini kış değil de yaz mevsimiye de Beyşehir'in güzelliklerini gerek barajı gerek bu barajın plajını gerekse de Beyşehir merkeze 2 km uzaklıkta olan Eflatunpınar anıtını ziyaret edip buradaki doğa harikası manzarayı görmelidir. Dikdörtgen bir havuz şeklinde inşa edilen bu anıtta kabartma figürlü yüksek duvarlar bulunmaktadır. Mevlana- Sille- Akyokuş- Derbent- Beyşehir(Eflatunpınar) bu merkezler bir turizm destinasyonu oluşturur. Turizm destinasyonunun oluşması da bölgenin turizm temelli olarak ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan kalkınmasında önemli bir konumda bulunmaktadır. Turizm destinasyon ağlarından bir diğeri olarak Mevlana- İvriz- Meke Köyü örneğini de verebiliriz. Aynı zamanda mülakat görüşmeleri sırasında bu destinasyonların gerçekleştirilmesi için gerekli atılımı yapan projeler gelirse MEVKA' nın kaynakları dâhilinde destek vereceği sonucuna varılmıştır.

Hem Selçuklu hem de Osmanlı eserleriyle dolu olan Konya ili Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapmış, Karamanoğlu Beyliği'nin merkezi olmuş bir şehirdir. İlk çağlardan beri yerleşim yeri olması sebebiyle antik kalıntıların çokça olduğu şehirde9 bin yıl önce yerleşim yeri olmuş olan Çatalhöyük Neolitik Kenti bulunmaktadır. Burası toplumsal hayata geçişle birlikte tarımın başlangıcı ve avcılık gibi önemli sosyal değişim ve gelişmelere tanıklık etmiştir.

Resim 3: Çatalhöyük Neolitik Kenti



2015 yılında MEVKA desteğiyle başlatılan bir “Konya Turizminde Yeni Destinasyonlar Projesi” bulunmaktadır. Mülakat boyunca alınan cevapların değerlendirilmesi kısmında varılan sonuç Konya ili için turizm ağının oluşturulmasının gerekli olduğu söylenebilir. Turizm destinasyon ağının oluşturulması tek başına yeterli değildir. Bunun için öncelikle oluşturulan turizm ağı turizm acentalarına tanıtılmalıdır. Tarih, kültür ve sanat zenginliğine sahip olan Konya’da öncelikle proje kapsamında hazırlanan paket programları tur operatörlerine ve seyahat acentalarına iyi bir şekilde anlatılmalı devamında da bu kuruluşların anlatılanların gereğini yapıp yapmadıkları takip edilmelidir. Bunun kadar önemli olan bir diğer faktör de reklam ve afişlerle şehri turiste tanıtmak ve şehrin cazip olan turizm açısından görülmeye, gezilmeye ve gerektiğinde eğlence mekânlarıyla eğlenilmeye değer olan özelliklerini göz önüne çıkarmaktır. Bu şekilde proje kapsamında hazırlanan paket tur programları sayesinde Konya’da konaklama yapan turist sayısında artış yaşanacak bu da bölge ekonomisine katkı sağlayacaktır.

4.4.2.6. Turizmin Konya Ekonomisini Canlandırması İçin Çalışma Yapılması Gereken Alanlar

Turizmin Konya ekonomisini canlandırması ve ekonomiye katkı sağlaması için sizce hangi alanlarda çalışma yapılması daha doğru olur sorusuna mülakata katılanlardan öncelikle seyahat acentalarının bilinçlendirilmesi cevabı alınmıştır. Seyahat acentaları Konya’yı uğrak yeri değil de görülmeye ve özellikle de günü birlik

ziyaretlerle geiştirilmemesi gereken bir merkez olduğu konusunda bilinçlendirilmelidir.

Dört mevsimi yaşayıp, farklı doğal güzellikleri bünyesinde barındıran ülkemize dünyanın farklı yerlerinden çok sayıda turist gelmektedir. 2017 yılının ilk 10 ayının verilerini incelediğimiz zaman Türkiye'ye Rusya'dan in'e, Almanya'dan İrlanda'ya, Güney Kore'den Japonya'ya 100'n üzerinde ülkeden 29 milyon 53 bin 450 yabancı turist ziyaret etmiştir. lke zelinde Japonları inceleyecek olursak onlar ülkemize farklı kültür ve ilginç yaşam tarzımız için geliyorlar. Gelir seviyesi yüksek olan Japonya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 170 bin civarındadır. Özellikle kültürel turizme yönelen Japonlar, Türkiye turizmi açısından Avrupa ve Rus turistlerini tamamlayıcı bir rol oynarlar. Japonya'dan çıkan bir turistin yol gzerghına bakacak olursak, turistin bindiği uçak Tokyo'dan Moskova bağlantılı olarak Antalya'ya gelmektedir. Bu turist yaz turizmini(deniz-güneş-kum) Antalya'da geçirdikten sonra Kapadokya'ya geçişte yol gzerghında olan Konya'ya uğrayarak burada kısa bir vakit geçirmektedir. Böyle olunca da turizm temelli olarak Konya ekonomisine bir gelir sağlanamamaktadır. Bu yüzden görüşmeler boyunca edinilen bilgiler dâhilinde varılan sonuç turistin Konya merkezi ve çevresinde aslında vakit geçirebileceği yerler olduğunu bilmesi gerektiği sonucudur. Bu konuda gerek yerel yönetimler, gerek turizm acentaları, gerek yerel halk, gerekse de farkındalık çalışmaları ile alternatif turizm alanları tanıtılmalıdır.

Görüşmeler ile varılan sonuçlardan biri de şudur ki Konya'da Mevlana Müzesi dışındaki başlangıçta 5 önemli unsur olan Çatalhöyük, Meke Gölü, Kilistra ve Sille ile Beyşehir'deki tarihi yerlerin evre dzenlemesiilerestorasyonununtamamlanması ve buraların turizm destinasyonuna katılması gerektiğidir. Bunun yanı sıra ciddi anlamda tanıtım ile Konya iline gelecek turiste dünyanın tek tarım anıtı olan İvriz Kaya Kabartmasını, yeraltı şehirlerini, kaya oyma kiliseleri, Hititler ve Selçuklu dönemine ait eserleri tanıtılabilecektir. Bu şekilde başlangıçta uğrak yeri olarak görülen Konya ili zamanla özellikle tercih edilen bir turizm kenti olacak ve böylelikle de bölge ekonomisi turizm temelli olarak gelişecektir.

Konya’da turizmin gelişmesi için yapılması gerekenleri uzman personellerden bir tanesi olan K4 şu şekilde ifade etmiştir:

“İnanç turizminde günlük kalış sürelerinin artırılmasına yardımcı olmak amacıyla, turizmin çeşitlendirilmesi, destinasyon yönetimi, tanıtım, pazarlama, altyapı eksikliklerinin giderilmesi ve özel sektörün canlandırılması, aktivite çeşitliliğinin sağlanması, kırsala yayılması vb. çabalar gerekir. Biz MEVKA olarak vizyoner bir bakışla, katolizer bir şekilde sosyal, çevresel ve turizm alt yapısı boyutunda entegre bir çalışma yürütüyoruz. Bu anlamda turizm konusunda halkın bilinçlendirilmesi ve turizm acentalarının eksikliklerinin giderilmesi Konya’da turizmin gelişmesine yardımcı olacaktır.”

Konya’nın en önemli avantajı Mevlana gibi dünya çapında tanınan bir inanç turizmi değerine sahip olmasıdır. Konya ekonomisinin turizm temelli olarak canlanması Mevlana Müzesinin değerlendirilmesiyle de mümkün olacaktır. MevlanaHaftası kapsamında düzenlenen klasik etkinlikler farklılaştırılarak etkin tanıtım mekanizmalarıyla turizm ekonomisi canlandırılabilir. Bu çerçevede hoşgörüyü ön plana çıkaran faaliyetlere ağırlık verilmelidir. Sema gösterileri düzenli olarak yapılmaya devam edilmeli, bölgede bulunan tarihi evler korunmalı ve buralarda Konya kültürünü tanıtıcı etkinlikler düzenlenmeli, hediyelik eşya olarak Konya’ya özgü tasarlanan eşyalar bu evlerde satılmalı ve böylece bölge turistlere daha iyi pazarlanmalıdır. Bu şekilde turizm ekonomisi canlandırılabilir. MEVKA’ da bu konuda üzerine düşen görevi kendilerine verilen izinler ve kaynaklar dâhilinde yapmak konusunda istekli bulunmaktadır. Çünkü MEVKA’ nın amacı bölgenin sahip olduğu kaynakları kullanarak bu alanda çalışmak isteyenlere destek olmaktır.

4.4.2.7. Turizmin Gelişmesi Bölgesel Kalkınmayı Nasıl Etkiler

Bir bölgede turizmin gelişmesi bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler mi ve bu tezin konusunu oluşturan Konya ili özelinde turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir sorusu MEVKA’ da görüşme yapılan kişilere sorulmuştur. Bölgede turizmin gelişmesi sizce bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler mi sorusuna görüşme aşamasında mülakata katılan uzman personellerden K2’ nin cevabı şu şekilde olmuştur:

“Turizm ülke ve bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Sağlanan bu katkı sayesinde bölgede ekonomik bir canlanma olduğu bilinir. Bu sayede turizmin gelir

getirici etkisinin yanında istihdama katkı sağlaması ve yatırımların hızlanması bölgesel kalkınmaya olumlu yönde bir etki olduğunu gösterir.”

Bölgede turizmin gelişmesi sizce bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler mi sorusuna kültür ve turizm alanıyla ilgilenen personellerden K6’ nın cevabı şu şekilde olmuştur:

“Günümüzde önemi giderek artan bir ekonomik faaliyet alanı olan turizm gerek açık turizm alanlarının oluşturulması, gerek istihdamı artırması, gerekse de bölge halkına sağlanan gelirler göz önüne alınacak olursa elbette ki bölge ekonomisini olumlu yönde etkiler. Buna bağlı olarak da bölgede turizmin gelişmesi bölgenin ekonomik anlamda kalkınmasını pozitif yönlü etkilemiş olur.”

Elde edilen verilerden ve görüşme aşamasında alınan cevaplar dâhilinde şu söylenebilir ki bir bölgede turizmin gelişmesi gelirin ve ekonominin çeşitlendirilmesi açısından önemlidir. Bu da öncelikle tanıtım çalışmalarıyla bölgenin turizm imajı oluşturması anlamında olumlu yönde bir turizm algısı yaratır böylelikle bölge turizmi canlanır ve kalkınmaya olumlu yönde bir etkisi olur.

Konya ili özelinde turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir sorusunu K7 şu şekilde cevaplamıştır:

“Konya ili merkez, ilçe ya da köylerinde turizm potansiyeline sahip olan yerler değerlendirilmeli ve gerekli tanıtım ve altyapı çalışmalarıyla beraber turizm çeşitliliği sağlanmalıdır. Tanıtım ve altyapı ihtiyaçları karşılanırsa Konya’ da turizmin geliştirilmesi için bir aşama kaydedilmiş olur.”

Devamında Konya’da turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir sorusunun cevaplarını analiz ettiğimiz zaman varılan sonuç Konya’nın sahip olduğu inanç turizmini temel alarak turizm destinasyonlarının yani turizm ağlarının canlandırılması ilk ve en önemli yapılması gereken olarak görülmektedir. Yani inanç turizmi için gelen turistlerin günlük kalış sürelerinin artırmak Konya’da var olan diğer turizm türlerinden haberdar olunmasına ve bölgenin sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan kalkındırılmasına yardımcı olacaktır. Bunun yanında turizmin çeşitlendirilmesi, destinasyon yönetimi, tanıtım, pazarlama, altyapı eksikliklerinin giderilmesi ve özel sektörün turizm temelli olarak canlandırılması, aktivite çeşitliliğinin sağlanması ve bunun merkezde olduğu kadar kırsala yayılması Konya’da turizmin geliştirilmesi için yapılması gerekenler arasındadır. Bölge içi

gelişmişlik farklarının azaltılması ve bölge kırsalında yaşamın canlandırılması 2014-2023 Bölge Planında da yer almaktadır.

4.4.2.8. MEVKA' nın Kalkınma Konusundaki Rolü

MEVKA' nın kalkınmadaki rolünün ne olduğu mülakat aşamasında değerlendirilmiştir. Bu noktada varılan sonuç MEVKA' nın kalkınmadaki rolünün sosyal, ekonomik, çevresel, turizm ve altyapı boyutunda entegre olarak yerel dinamikleri harekete geçirmek olmuştur. Destek programları vasıtasıyla vizyoner bir bakış ve katalizör bir şekilde iyi projelerin desteklendiği MEVKA' da yerel potansiyel konusunda farkındalık yaratmak ve bu potansiyeli harekete geçirmek esas alınıyor. Gelir kaynaklarını çeşitlendirmeye çalışıp özellikle kırsalda bu çeşitlendirilen gelir kaynakları ana sektör olarak kullanılıyor. Bu şekilde bölgesel kalkınma sağlanmaya çalışılıyor. MEVKA' nın kalkınma konusunda bölgeye daha fazla katkı sağlayabilmesi için daha fazla işbirliği, katılımcılık, paylaşımcılık ve ortak karar mekanizmasının daha işlerlik kazanması gerekmektedir.

4.4.2.9. MEVKA' nın Konya Turizmin Kalkınmasına Etkileri

Görüşmenin sonunda MEVKA' nın Konya turizminde kalkınmaya etkisinin nerede olduğu konusuna değinilmiş ve alınan bilgiler dâhilinde MEVKA' ya sağlanan destekler ne ölçüde büyürse MEVKA' nın ilin kalkınmasındaki etkisi de o derece büyüyecektir sonucuna varılmıştır. İcracı olmayıp destek veren bir kuruluş olan MEVKA ilin faydasına projeleri sahip olduğu bütçe dâhilinde değerlendirerek desteklemektedir. Bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak, özel sektör, kamu ve STK' lar arasında koordinasyonu sağlayarak yerel potansiyeli harekete geçirmek amacıyla olan MEVKA, Konya ilinin sahip olduğu turizm kaynaklarını değerlendirmek isteyen projelere destek vermekte istekli bulunmaktadır. MEVKA' nın amacı kaynaklarını etkin ve çevreye duyarlı kullanarak, sosyo-kültürel yapısı güçlü olan ve rekabetçilik temelinde sürekli gelişen lider bir bölge olmaktır. Türkiye'nin tahıl ambarı imajını koruyan, içinde bulunduğumuz dönemde sanayisi de en az tarım kadar gelişmiş olan Konya ili tarımda ve sanayide yakaladığı ekonomik üstünlüğe turizmde de ulaşmalıdır. Yani mevcut kaynaklar fırsata dönüştürülmeli bu şekilde turizm temelli bir ekonomik kalkınma sağlanmalıdır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023' de Konya' nın da içinde bulunduğu bir marka kültür kentleri oluşturulması hedeflenmiştir. Hedeflere ulaşmak amacıyla TR52 Bölgesi olan Konya ili için bu aşamada yapılacaklar şunlardır; ulaşım sistemleri tekrardan gözden geçirilmeli, kültürel akslar düzenlenmeli, kent merkezleri ve dış kesimlerinde fiziksel, sosyal ve mimari düzenlemeler yapılmalıdır. Bu aşamada MEVKA' nın 2014-2023 Bölge planındaki amaçları da bu hedefleri ve hedeflere ulaşabilmek için yapılması gerekenleri doğrular niteliktedir. Öncelikle yatırım ortamlarının iyileştirilmesini amaçlayan MEVKA bu amaçıyla tarihi ve kültürel alanların korunmasını da sağlamak istemiştir. Yani arkeolojik alanların restorasyonu ve restorasyon aşamasında yıpranmaların en aza indirilmesi kültür ve tarih turizmi açısından son derece önemlidir.

4.5. Araştırma Sonucu Tespit Edilen Sorunlar ve Öneriler

Kültür ve turizm alanında sorun analizi yapılmış birtakım sorunlar tespit edilmiştir. Bunlar öncelikle tanıtım ve seyahat acentaları konusundaki eksikliklerdir. Bunlarla beraber sahip olunan tarihi ve kültürel varlıkların yeterince korunup değerlendirilememesi ile Konya kültürünün ortaya çıkarılamaması gibi birtakım sorun grupları belirlenmiştir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Kültür ve Turizm Teknik Komisyon Raporu, 2010: 5);

- Tanıtım eksikliği sorunu
- Turizm bilincinin oluşturulması
- Seyahat acentalarının gerekli düzeyde hizmet vermemesi
- Sahip olunan tarihî varlıkların korunması
- Yerel yönetimlerin iletişim halinde olup sorunları çözüme kavuşturması

Tablo 22: Karşılaşılan Sorunlar ve Stratejik Öncelikler

SORUN	ANA SORUN	STRATEJİK ÖNCELİK
Var olan alternatif turizmin değerlendirilmemesi	Tanıtım eksikliği	Tanıtım eksikliği sorununa çözüm arayışı
Alternatif turizm ürünlerinden habersiz olan turistler		
Kültür zenginliklerimizin ortaya çıkarılmaması		
Yerel basının Konya'nın tanıtımına ve kültürüne yeterince katkı sağlamaması		
Reklam ve afiş çalışmalarına önem verilmemesi		
Tanıtıma katkıda bulunacak pazarlama araçlarının kullanılmaması		
Konya'daki öncü sektörlerdeki öne çıkan ürünlerin showrooamlarla turistlere sunulmaması	Turizm altyapısının eksikliği	Turizm altyapısının geliştirilmesi
Havaalanının dış hatlar konusunda fazla gelişmemiş olması		
Konya'ya gelen turistlerin Konya'yı sadece bir uğrak yeri olarak görüp, konaklamadan gitmeleri		
Tarihi yapıların restorasyonları aşamasındaki tahribatlar	Tarihî ve kültürel varlıkların yeterince korunamaması ve değerlendirilememesi	Tarihi varlıkların korunması ve yönetiminin sağlanması
Tarihi, kültürel ve doğal varlıkların turizme kazandırılması için gerekli olan düzenlemelerin yapımının yetersiz olması		
Sahip olunan Selçuklu mirasının ihmal edilmesi		
Kurumlar arası koordinasyon ve diyalog eksikliği	Konya kültürünün ortaya çıkarılmaması	Yerel değerlerin sunulması ve pazarlanması

Kaynak: MEVKA Kültür ve Turizm Teknik Komisyon Raporu, 2010: 5-6

Tarihi ve kültürel değerlerin sektörün hizmetine sunulmasında karşılaşılan sorunlar turizm sektörünün en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Bölgede var olan turizm temelli alt yapı kaynaklarına ilişkin eksikliklerde aynı şekilde en önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, sektörde yüksek potansiyele sahip olan tarihi ve kültürel değerler pazarlanma aşamasında problemlerle karşılaşmakta ve mevcut kaynaklar fırsata dönüştürülememektedir (MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey

Stratejik Planı, 2011: 63). Yurt içi ve yurt dışı tanıtım faaliyetlerindeki eksiklikler, bölgede tanıtım gezilerinin sınırlı seviyede olması ve alternatif turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmemiş olması TR52 bölgesi olan Konya ilinin kalkınmasında turizm temelli olarak bir gelişimin var olmadığını söylememize imkân verir.

Kentsel pazarlama ve yine kentsel ölçekte markalaşma stratejisi oluşturmak turizm stratejileridir. Bu konuda uluslararası işbirliği yaparak bir pazar analizi yapmak turizm eylem planı hazırlayarak bölgenin sahip olduğu turizm kaynaklarını yurtiçi ve yurt dışı alanlarda kullanılabilir hale getirir. Aynı zamanda kullanılmayan potansiyellerin değerlendirilmesi bölgenin turizm temelli olarak kalkınmasının altında yatan en önemli faktörlerden biridir. Bu konuda yapılması gereken restorasyon çalışmaları ve mimari düzenlemeler ile bölgede var olan tarihi, kültürel ve doğal varlıkları turizme kazandırmaktır.



SONUÇ

Konya ilinin bölgesel kalkınmasında turizmin rolünün Mevlana Kalkınma Ajansı örneğinde incelendiği bu çalışmada turizmin tanımı, önemi, türleri ve özelliklerinden bahsedilerek daha sonra bölgesel kalkınma konusuna yer verilmiş ve bu anlamda turizmin bölge ekonomisinin kalkınmasında son derecede etkili bir konumda olduğu gözlenmiştir. Turizm altyapısına sahip ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de önemli bir ekonomik etkinlik olan turizm sektörünün inanç ve kültürün yanında alternatif kaynaklara da sahip olan Konya bölgesinin kalkınmasındaki etkisine yer verilen çalışmada Mevlana Kalkınma Ajansının kültür ve turizm konulu faaliyetlerinden bahsedilmiştir. Bunun yanında Konya bölgesinin kalkınmasında turizmin rolü MEVKA' da yapılan mülakat çalışması sonucu değerlendirilmiştir.

Birçok etkileşimin bir arada ortaya çıktığı kendine özgü tarihi ve dili olan, aynı zamanda çok sayıda insanın katıldığı bir kitle hareketi niteliğinde olan turizm önemli bir ekonomik etkinliktir. Döviz gelirinin artması ile ödemeler dengesi açığının kapanmasına sağladığı faydanın yanında milli gelire olan katkısı da son derece önemlidir. Bunun yanında turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte istihdam olanakları da doğrudan ya da dolaylı olarak artmaktadır. Turizm günümüzün en hızlı gelişme kaydeden ve kalkınma ile büyüme açısından önemli bir sinerji oluşturan sektörlerden biridir.

Bir bölgenin tarihi ve doğal güzelliklerini görmek, tanımak orada eğlenmek ve dinlenmek amacıyla yapılan seyahatleri kapsayan turizmin belirli bir bölgedeki gelişimi için uygun turizm türünün seçimi, turizm altyapısının geliştirilmesi ve üstyapının standartlara uygunluğu ile etkili tanıtım gibi konular son derece önemlidir. Bu çalışmada Konya ilinin sahip olduğu turizm sektörleri konusunda görülen eksiklikler ve turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi araştırılmıştır. MEVKA Bölgesinde bulunan Konya ve Karaman illeri tarihi değerleri ve birikimleri ile Türkiye'nin önemli illeri arasındadır. Aynı zamanda doğal güzelliklere de sahip olan bölge bu kapsamda birçok turizm çeşidini bünyesinde bulundurmaktadır. Sahip olunan turizm çeşitliliği dünyanın çeşitli bölgelerinden turistin misafir edilmesini etkin kılmaktadır.

Bölgesel kalkınmada turizmin rolünün MEVKA örneğinde araştırıldığı bu çalışmada MEVKA' da görev yapan orta ve üst düzey yöneticiler ve MEVKA çalışanları ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Konya'da turizmin ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması için çeşitlenip gelişebilmesinin önündeki eksikliklerde çalışmanın alt amacı olarak belirlenmiştir. Konya'da turizm temelli bir ekonomik kalkınmanın sağlanması için yapılması gerekenler mülakatlar aşamasında değerlendirilmiştir. Mülakat sonuçlarına göre kültür ve turizm alanında bir sorun analizi yapılmış öncelikli tanıtım ve seyahat acentaları konusundaki eksiklikler görülmüştür. Tanıtım eksikliğinin yanında turizm altyapısının eksikliği, tarihî ve kültürel varlıkların yeterince korunup değerlendirilememesi ve Konya kültürünün ortaya çıkarılmaması kültür ve turizm alanında ortaya çıkan ana sorunlardır. Bu sorunlar çözüme kavuşmadan turizmin Konya ekonomisine çok fazla bir gelir katkısı yapacağı söylenemez. Konya'nın sahip olduğu kaynakların tanıtım eksikliğinin giderilmesi ve bu konuda çalışmalar yapmak isteyen kişi ya da grupların MEVKA' ya proje teklifinde bulunması gerekir. Uygun proje tekliflerinin kabul edilmesi de MEVKA' ya merkez tarafından sağlanacak olan maddi kaynakla orantılıdır. Bu konuda yapılması gerekenlerden birisi de MEVKA' ya turizm konusunda yeterli kaynak aktarılmasıdır. Bilindiği gibi Kalkınma Ajansları icracı bir kuruluş değildir. Çalışmanın önceki bölümlerinde belirtildiği gibi yapılan görüşme boyunca da öncelikle bu kurumların icracı değil de yerel potansiyellerin açığa çıkmasını destekleyici kurumlar olduğu üzerinde durulmuştur. MEVKA kendisine sunulan proje örneklerini değerlendirip bunlardan yerel potansiyeli harekete geçirmeye uygun olanları onaylayıp onlara destek sunan bir kuruluştur.

İlgili literatür taraması ve uygulanan mülakat çalışması sonucunda Konya ilinin ekonomik kalkınmasında turizmin tek başına etkili bir sektör olmadığı ancak bölgenin sahip olduğu potansiyeli değerlendirmesi koşulu ile turizmin bölge ekonomisine katkısının olumlu olacağı görüşüne varılmıştır.

EKLER

EK-1

Bu çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Yüksek Lisans bitirme tezi olan “Bölgesel Kalkınmasında Turizmin Rolü: MEVKA Örneği” başlıklı çalışmada model olması açısından tarafımda yapılmaktadır. Çalışma bölgesel kalkınmada turizmin rolünü MEVKA örneğinde araştırmak ve Konya ilinin sahip olduğu turizm çeşitliliğinin bölgesel kalkınmada etkisini incelemeye yöneliktir.

1.MEVKA’ da çalışan toplam personel sayısı

2.MEVKA’ da çalışan orta ve üst düzey personel sayısı

3.Bölgesel kalkınma konusunda hangi ekonomik faaliyetin en fazla etkili olduğunu düşünüyorsunuz

- Tarım
- Sanayi
- Turizm
- Diğer.....

4.Turizmin gelişmesine katkı sağlayan unsurlardan hangileri bölgede aktiftir?

- Tanıtım
- Ulaşım
- İletişim
- Turizm bilinci
- Yerel yönetimlerin tutumu

5.Turizm konusunda gördüğünüz en önemli eksiklikler

- Tanıtım
- Pazarlama
- Reklam ve afiş
- Altyapı ve hizmetler konusundaki eksiklikler
- Arkeolojik alanlarda yapılan tahribat
- Ekoturizm alanlarının korunamaması
- Seyahat acentelerinin yalnızca inanç turizmi alanına yoğunlaşması
- Diğer.....

6.Turizm potansiyelini artırmak için yapılması gerekenler

- Tanıtım konusundaki eksikliklerin giderilmesi

- Pazarlamanın yapılması
- Reklam ve afiş çalışmalarıyla turizm alanlarının cazibesinin artırılması
- Altyapı ve hizmetler konusunda ihtiyaçların karşılanması
- Arkeolojik alanların koruma altına alınması
- Ekoturizme yönlendirilebilecek nitelikli işgücünün ortaya çıkarılması
- Seyahat acentelerinin alternatif turizmi teşvik eden turlar düzenlemesi
- Diğer.....

7.Alternatif turizm türlerinden hangisi ya da hangilerinin Konya’da geliştirilme şansı vardır.

- İnanç
- Kültür
- Tarih
- Kongre
- Yayla
- Gençlik
- Golf
- Folklorik
- Su sporları
- Kış Turizmi
- Foto Safari
- Spor
- Diğer....

8.Konya’ya gelen turistlerin Mevlana Müzesi dışında alternatif turizm yerlerini tercih etmeme nedenleri sizce nedir.

- Yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapılmaması
- Konya’nın yalnızca inanç turizmi olarak tanıtılması
- Turizm acentalarının Konya’nın alternatif turizm ürünlerinden habersiz olması
- Diğer...

9.Konya turizminin canlanıp ekonomiye katkı sağlaması için sizce hangi turist türüne ağırlık verilmeli?

- Yerli
- Yabancı

10.Mevlana’nın Konya turizmine katkıları nelerdir?

.....

11.Mevlana Müzesi düşünülmeden Konya turizmini canlandırmak için neler yapılabilir?

.....

12.Konya turizminin avantajları nelerdir?

- İklim, doğal ortam ve bozulmamış çevre
- Coğrafi konum nedeniyle ulaşım imkânlarının gelişmiş olması
- Zengin tarih, kültür, sanat ve tabiat varlıklarının bulunması
- Üniversite kenti oluşu
- Her mevsim turizm imkânlarının bulunması
- Mevlana, Nasrettin Hoca, Çatalhöyük ve Sille'nin uluslararası tanınmışlığı
- Tarihi pek Yolu üzerinde bulunan Selçuklu ve Osmanlı eseri hanlar

13.Konya turizminin zayıf yönleri nelerdir?

- Altyapı ve hizmet kalitesinin ihtiyaçlara cevap vermemesi
- Yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapılmaması
- Yerli ve yabancı yatırımcılar için çekim merkezi olmaması
- Eğlence ve alışveriş merkezlerinin yetersizliği
- Tesislerdeki doluluk oranlarının düşük olması
- Ekonomik nedenle korunamayan kültür ve tabiat varlıklarının olması
- Turizm algısının yeterince gelişmemiş olması
- Turizm alanlarında ziyaretçileri bilgilendirmenin sınırlı olması

14.Turizmin Konya ekonomisini canlandırması ve ekonomiye katkı sağlaması için sizce hangi alanlarda çalışma yapılması daha doğru olur?

- Otel işletmeciliği
- Doğa turizmi
- Turizm yerlerinin tanıtımı
- Seyahat acenteliği
- Diğer...

15.Bölgede turizmin gelişmesi sizce bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler mi? Neden?

.....
.....
.....
.....

16.Turizm alanında istihdamı artırmaya yönelik bir proje teklif edilse sizce bu proje bölgesel kalkınma konusunu olumlu yönde etkiler mi?

.....
.....
.....

17.Konya’da turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir?

.....
.....
.....
.....

KAYNAKLAR

AKIŞ, Elife (2011). “Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, **Sosyoloji Konferansları Dergisi**, 44, ss.237-256.

AKYILDIZ, Fulya (2013). “Binyıl Kalkınma Hedefleri ve Kalkınma Ajansları”. Mustafa Ökmen vd. (Ed.). **Küreselleşme – Yerelleşme Sarmalında Kalkınma Ajansları – Yapılar, Sorunlar ve Çözüm Arayışları** (ss. 107-137), Ankara: Orion Kitabevi.

ARAT, Tugay (2017). “Kültür Turizmi Bağlamında Konya”, **Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 18, ss.367-385.

ARSLAN, Gülen Elmas ve Baki Demirel (2010). “Türkiye’de Bölgesel Politikaların Gelişimi ve Bölgesel Dengeler”, **Ankara Sanayi Odası Yayın Organı**, ss. 51-64.

AŞGIN, Sait (2007). “Dünyada Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Giderme Çabaları ve Türkiye Tecrübesi”, **Türk İdare Dergisi**, ss. 29-54.

AYDEMİR, Cahit ve İlhan Karakoyun (2011). **Yeni Bölgesel Kalkınma Yaklaşımı ve Kalkınma Ajansları- Karacadağ Kalkınma Ajansı Örneği**, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

BAYKAL, Nazan (2010). “Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Açısından Kalkınma Ajanslarının Misyonu: Kayseri Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Karaman.

BERBER, Metin ve Ebru Çelepci (2016). **Türk Bölgesel Kalkınma Politikalarında Yeni Arayışlar: Kalkınma Ajansları ve Türkiye’de Uygulanabilirliği**, <http://www.iktisatyazilari.net/?p=320>, Erişim Tarihi (01.04.2016).

BOZ, Cihan (2006). “Dünya’da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları”, Yüksek Lisans Tezi”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.

BOYACIOĞLU, Ebru (2015). “Bölgesel Kalkınmada Turizmin Etkisi”. Derman Küçükaltan vd. (Ed.). **Turizm Politikası ve Planlaması**, (ss. 195-210), Ankara: Detay Yayıncılık.

BUDAK, Tamer ve Onur Eroğlu (2013), “Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Denetiminde Sayıştay’ın Rolünün Değerlendirilmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 18, 2, ss.65-84.

CAN, Ergüder (2011). **Bölgesel Kalkınmada Kalkınma Ajanslarının Rolü- İzmir Kalkınma Ajansı Örneği**, 1. Baskı, İzmir: Altı Nokta Yayınevi.

CANKORKMAZ, Zühal (2011). “Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Bu Ajanslara Yönelik Eleştiriler”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 26, 1, ss.113-138.

COŞKUN, Neslihan (2010). “Türkiye’de Turizm Politikaları ve Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri”, Uzmanlık Tezi, **Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü**, Ankara.

ÇEKEN, Hüseyin (2008). “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, X, II, ss.293-306.

DAĞ, Rıfat (2007). **Kırsal Kalkınma Siyaseti**, 1. Baskı, Ankara: Dipnot Yayınları.

DEMİR, Semra (2015). “Yerli Turistlerin Turizm Pazarlamasına Yönelik Talep Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Yeniden Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Sinop İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, **Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Çorum.

DEMİRAL, Mert (2012). “Türkiye’de Kalkınma Ajansları Ve Turizm Sektörüne Etkileri: İzmir Kalkınma Ajansı Örneği”, Uzmanlık Tezi, **Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü**, Ankara.

DİNÇER, Füsün ve Osman Cenk Demiroğlu (2015). “Kış Turizminin Gelişimi ve Türkiye’nin Kış Turizmi Politikası”. Derman Küçükaltan vd. (Ed.). **Turizm Politikası ve Planlaması**(ss. 55-79), Ankara: Detay Yayıncılık.

DOĞAN, Tayfun (2012). “Turizm ve Çevre İlişkisi Bağlamında Eko Turizmin Çevre Üzerine Etkileri”, Uzmanlık Tezi, **Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı**, Ankara.

DURGUN, Ayşe (2006). “Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Isparta.

ENGİN, Cem (2011). “Kalkınma Ajansları: Türkiye ve İngiltere Ülke Örnekleri”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, 3, 2, ss.65-77.

ERALP, Ziya (1983). **Genel Turizm**, 3. Baskı, Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.

GARDA, Betül vd. (2016). “Konya İlinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi**, 11, ss.172-185.

GÜNGÖRDÜ, Ersin (2007). **Türkiye'nin Turizm Coğrafyası**, 6. Baskı, Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

GÜRBÜZ, Ahmet (2002). “Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Teknoloji**, 5, 1-2, ss.49-59.

GÜRDAL, Mehmet (2001). **Türkiye Turizm Coğrafyası**.

İÇLİ, Hasan Hüseyin (2001). “Dünden Bugüne Konya”, Mezuniyet Çalışması, **Yakın Doğu Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi**, Lefkoşa.

KAHRAMAN, Nüzhet ve Oğuz Türkay (2012). **Turizm ve Çevre**, 5. Baskı, Detay Yayıncılık.

KARAARSLAN, Gökçe (2008). “Avrupa Birliği Ve Türkiye’de Bölgesel Politikalar ve Kalkınma Ajansları”, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

KARADENİZ YILMAZ, Yasemin. “Mevlana Kalkınma Ajansı Kültür Turizm ve Tanıtım Faaliyetleri”.

KARATAŞ, Muhammed ve Serap Babür (2013). “Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 15, 25, ss.15-24.

KARGI, Nihal (2009). “Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve Ab Perspektifi Altında Türkiye’nin Bölgesel Politika Analizi”, **International Journal of Economic and Administrative Studies**, 1, 3, ss.20-40.

KERVANKIRAN, İsmail ve Adile Gül Eryılmaz (2017). “İnanç Turizmine Yönelik Ziyaretçi Algılarının Demografik Farklılıklar Açısından İncelenmesi: Konya Mevlana Müzesi Örneği”, **Akademik Bakış Dergisi**, 59.

KILIÇ, Benazir (2014). “Bölgesel Kalkınmada Aracı Kurumlar Olan Kalkınma Ajanslarının Türk İdari Teşkilatı İçerisindeki Konumu”, Yüksek Lisans Tezi, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Erzurum.

KOÇAK, Hüseyin (2012). “Toplumsal Eşitsizliklerin Azaltılmasında Bölge Yönetimlerinin Önemi: İtalya ve Fransa Örnekleri”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, XIV, I.

KOÇBERBER, Seyit (2006). “Kalkınma Ajansları ve Sayıştay Denetimi”, **Sayıştay Dergisi**, 61, ss. 37-55.

KOZAK, Nazmi (2012). **Genel Turizm Bilgisi**, 1. Baskı, Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir.

KÜNÜ, Serkan vd. (2015). “Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme”, **Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 7, ss.71-93.

OKTAYER, Nagihan ve Nazan Susam ve Murat Çak (2007). **Türkiye’de Turizm Ekonomisi**, Elma Bilgisayar Basım Ambalaj San. Tic. Paz. Ltd. Şti.

ÖZKAN, Çiğdem ve Melahat Yıldırım Saçılık ve Barış Yeşildağ (2014). “Kalkınma Ajanslarının Sürdürülebilir Bölgesel Turizmin Gelişimine Etkisi: GMKA Örneği”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 16, 27, ss.34-44.

ÖZYÜCEL, Mustafa (2008). “Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi**, Isparta.

ÖVGÜ DEMİRAL, Nahide (2012). “Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Bozcaada Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Çanakkale.

ÖVGÜN, Barış (2011). “Türk Kamu Yönetiminde Yeni Bir Örgütlenme: Kalkınma Bakanlığı”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 66, 3, ss.263-281.

ÖZDEMİR, Mehmet Ali ve İsmail Kervankıran (2011). “Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği”, **Marmara Coğrafya Dergisi**, 24, ss.1-25.

ÖZYÜCEL, Mustafa (2008). “Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları”, Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Isparta.

POLAT, Eray ve Gülay Özdemir Yılmaz (2014). “Kalkınma Ajanslarının Turizmin Gelişmesindeki Önemi: Güney Marmara Kalkınma Ajansı Örneği”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 9, 1, ss.137-160.

SAKAL, Mustafa (2010). **Bölgesel Kalkınma Sürecinde Kalkınma Ajansları**, 1. Baskı, İzmir: Altı Nokta Yayınevi.

SARAN, Ulvi (2004). **Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma “Kalite Odaklı Bir Yaklaşım”**, 1. Baskı, Ankara: Atlas Yayıncılık.

SERT, Osman (2012). “Bölge, Türkiye’de Bölge Kavramı ve Kalkınma Ajanslarının Yapısı”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, 2, 4, ss. 119-146.

SEVİNÇ, Haktan (2011). “Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 6, 2, ss. 35-54.

SOMUNCU, Mehmet (2006). “Turizmin Kalkınmaya Etkisi ve Türkiye Turizmindeki Bölgesel Farklılıklar”, **Ankara Üniversitesi Turizm Coğrafyası**

Araştırma ve Uygulama Merkezi IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Metinleri, Ankara, ss. 163-177.

ŞİNİK, Bilal (2010). “Anayasa Mahkemesi Kararı Işığında Türkiye’de (Bölge) Kalkınma Ajansları”, **MEGARON**, 5, 3, ss. 128-136.

TAKIM, Abdullah (2010). “Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Planlarının İktisat Politikalarının Performansına Etkisi: Zonguldak- Bartın Ve Karabük Örneği”, **e-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences**, 5, 3, ss. 259-275.

TAMER, Ahmet (2010). **Kalkınma Ajanslarının Türk Hukuk Sistemindeki Yeri**, 2. Baskı, Ankara: DPT Uzmanlık Tezleri.

TAPUR, Tahsin (2009). “Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2, 9, ss.473-792.

TOPRAK, Erkan (2005). **Demokratik ve Etkin Bir Devlet İçin Türk Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma**, 1. Baskı, Ankara: Gökçe Yayınevi.

TURAN, Menaf (2005). **Bölgesel Kalkınma Ajansları**, 1. Baskı, Ankara: Paragraf Yayınevi.

TÜRKOĞLU, Musa (2015). “Kalkınma Ajanslarının Bölgesel Kalkınma Açısından Önemi: BAKA Örneği”, **Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 7, 3, ss.183-198.

ULUÇEÇEN, Tolga Han (2011). “Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği”, Uzmanlık Tezi, **Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı**, Ankara.

ULUSAN, Yeliz ve Orhan Batman (2010). “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 23, ss.243-260.

USTA, Öcal (2014). **Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım**, 4.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

ÜRGER, Savaş (1992). **Genel Turizm Bilgisi**. Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği yüksek Okulu Yayını, Antalya.

VURUCU, Aslı Nazlı (2013). “Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Bölgesel Eşitsizlik Üzerine Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, **İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.

YILDIZ, Zafer (2011). “Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 3, 5, ss.54-71.

YILMAZ, Ali (2010). “Kalkınma Ajansları ve Yerel Yönetişim”, **Türk İdare Dergisi**, 466, ss.175-195.

YILMAZ, Ömer (2001). “Bölgesel Eşitsizlik: Türkiye Örneği”, **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 15, 1-2, ss. 1-19.

5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun, T.C. Resmi Gazete, 26074, 08.02.2006.

Barlas İmar Planlama Müşavirlik, Kop Bölgesi Turizm Master Planı.

İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2006). **İzmir Turizm Sempozyumu**, Şanal Matbaacılık.

Kalkınma Bakanlığı (2016). Kalkınma Ajansları 2015 Yılı Genel Faaliyet Raporu, Ankara.

Konya Valiliği (2014). Sektör Çalışmaları No:1, “Kültür, Turizm ve Tanıtım Sektörü Raporu”, Konya.

Konya Karaman İlleri Kalkınma Birliği (2011). TR 52 Düzey 2 (MEVKA) Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi Ve Makro Düzey Stratejik Planı, Konya.

Konya Ticaret Odası (2008). Turizm Sektör Raporu, Sektörel Çalışma 7, Konya.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Ankara.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2010). Kültür ve Turizm Teknik Komisyon Raporu, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2014). 2013 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2015). 2015 Yılı Ajans Faaliyet Raporu, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2016). 2016 Yılı Ajans Ara Faaliyet Raporu, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2010). TR52 Düzey 2 Bölgesi 2010–2013 Bölge Planı, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2011). Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Çalışması, Vezir Araştırma Danışmanlık Ltd., Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2012). 2011 Yılı MEVKA Teknik Destek Programı, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2013).TR52 Düzey 2 Bölgesi 2023 Vizyon Raporu Taslak, Konya.

Mevlana Kalkınma Ajansı (2014). TR52-13-TD-03 Teknik Destek Programı, “TR52-13-TD-03/06 Konya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezlerinin Belirlenmesi Araştırması Projesi”, Konya.

Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Kalkınma Bakanlığı, Ankara 2013.

Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Konya Şube Müdürlüğü (2012). TR52-12-TD02 Teknik Destek Programı,“TR52-12-TD02/06Konya Turizminin Çeşitlendirilmesine Yönelik Eko Turizm Eylem Planı Projesi”, Konya.

Türkiye Kalkınma Bankası (2008). Dünyada ve Türkiye’de Turizm, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara.

İNTERNET KAYNAKLARI

ERTUĞRUL, Erman. www.arkeofili.com/turkiyedeki-muze-ve-orenyeri-ziyaretci-sayilarinda-buyuk-dusus/, Erişim Tarihi: 22.08.2017.

Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 İstatistikleri, www.konyakultur.gov.tr , Erişim Tarihi: 21.08.2017.

Konya Sanayi Odası, www.kso.org.tr/haberler/tr/576_sanayinin-konya-ihracatindaki-payi-artti, Erişim Tarihi: 09.06.2017.

Konya Ticaret Odası, www.kto.org.tr/tarim-449s.htm, Erişim Tarihi: 08.06.2017.

OKA Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, www.oka.org.tr, Erişim Tarihi: 24.08.2017.

www.ab-ilan.com/mevlana-kalkinma-ajansi-2017-teknik-destek-programi/,
Erişim Tarihi: 23.08.2017.

www.bebka.org.tr/site-sayfa-69-gudumlu-proje-destegi.html, Erişim Tarihi: 24.08.2017.

<http://bianet.org/bianet/siyaset/148388-9-plan-geride-kalirken>, Erişim Tarihi: 15.03.2016.

<https://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-usturma/1024594-turizmin-ekonomik-etkileri.html>, Erişim Tarihi: 12.01.2017.

www.konyadayatirim.gov.tr/mevka.asp?SayfaID=1, Erişim Tarihi: 18.08.2017.

www.konyadayatirim.gov.tr/seyktor.asp?SayfaID=6, Erişim Tarihi: 08.06.2017.

www.konya.gov.tr/genel-bilgiler-tarihi, Erişim Tarihi: 09.06.2017.

<http://www.kulturelbellek.com/turizmin-ozellikleri/>, Erişim Tarihi: 14.12.2016.

www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/dr_ahmt_akman_ermenek_kultur_ve_turizm_calistayi'na_katildi?articleID=fQ4HoGTtVJw%3D, Erişim Tarihi: 23.08.2017.

www.nufusu.com/il/konya-nufusu, Erişim Tarihi: 28.09.2017.

www.paranomist.com/turkiyede-turizm-sektoru.html, Erişim Tarihi: 08.06.2017.