

T.C.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TURİZMİN YEREL HALK TARAFINDAN ALGILANMASI : İĞDIR HALKI
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yüksek Lisans Tezi

Gülşen BAYAT

TEZ YÖNETİCİSİ

Yrd.Doç.Dr.Bora AÇAN

Kars, 2010

TEZ ONAY SAYFASI

T.C.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Gülşen BAYAT'a ait Turizmin Yerel Halk Tarafından Algılanması : Iğdır Halkı Üzerine Bir Araştırma konulu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesinin Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Doç.Dr.Mehmet DİKKAYA
Yrd.Doç.Dr.Bora AÇAN
Yrd.Doç.Dr.Hüsnü KAPU

Bu tezin kabulü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun .../.../2010 tarih ve/..... Sayılı kararı ile onaylanmıştır.

UYGUNDUR

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

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Doç.Dr.Selçuk URAL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
TABLO LİSTESİ	ivi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZM VE TURİZMİN ETKİLERİ

1. Turizmin Tanımı	3
2. Turizmin Önemi.....	5
3. Turizmin Arz Yapısı	6
3.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler	7
3.1.1. Çekicilik	7
3.1.2. Ulaşılabilirlik	8
3.1.3. Etkinlikler	8
3.1.4. İmaj.....	8
3.1.5. Yerel Halkın Turizm Algısı	8
3.2. Türkiye Turizminin Arz Yapısı	9
4. Turizmin Talep Yapısı	14
4.1. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	15
4.1.1. Ekonomik Faktörler	15
4.1.2. Toplumsal Faktörler	17
4.2. Türkiye Turizminin Talep Yapısı	18
5. Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri.....	20
5.1. Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	21
5.2. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığının Kapatılmasındaki Payı.....	22
5.3. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı	23
6. Turizmin Etkileri.....	25
6.1. Turizmin Sosyo- Kültürel Etkileri.....	25
6.1.1. Sosyal Gelişmeye Katkısı	25
6.1.2. Kültürel Gelişmeye Katkısı	26
6.1.3. Ekonomik Gelişmeye Katkısı	27
6.1.4. Doğa ve Çevresel Gelişmeye Katkısı	28
6.2. Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri	29
6.2.1. Turizmin Olumlu Etkileri	29
6.2.2. Turizmin Olumsuz Etkileri	31
7. Turizmin Gelişmesine Yönelik Tedbirler	32

İKİNCİ BÖLÜM İĞDIR İLİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ

1. İğdir İli'nin Konumu ve Sınırları	34
2. İğdir İli'nin Turizm Arz Kaynakları	35
2.1. Doğal Değerler	35
2.1.1. İğdir'in İklimi	36
2.1.2. İğdir'in Bitki Örtüsü	37
2.1.3. İğdir İli'nin Başlıca Coğrafi Özellikleri	38
2.1.4. Dağlar	40
2.1.5. Tuzluca Tuz Mağaraları	43
2.2. Tarihi Eserler	44
2.2.1. Kümbetler	44
2.2.2. Kaleler	46
2.2.3. Kervansaraylar, Hanlar	48
2.2.4. Mezarlıklar ve Mezar Taşları	49
2.2.5. Birinci Dünya Savaşında Şehit Olan Türkler Anısına Anıt.....	50
2.3. İğdir İli'nin Turistik Aktivitesi	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TURİZMİN YEREL HALK TARAFINDAN ALGILANMASI :İĞDIR HALKI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1. Araştırmanın Konusu ve Önemi	52
2. Araştırmanın Amacı	53
3. Araştırmanın Hipotezleri	54
4. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	55
5. Araştırmanın Metodu	55
5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi	55
5.2. Anket Sorularının Oluşturulması	56
6. Elde Edilen Verilerin Analizi ve Bulgular	57
6.1. Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	57
6.2. Ankete Katılanların Turizmi Değerlendirme Kriterlerine Katılma Seviyeleri Toplam Puan Ortalamaları	63
6.3. Faktör Analizi	65
6.4. Hipotezlerin Testi	68
6.4.1. Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre, İğdir Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılamaları Farklılık Gösterir	68
6.4.2. Ankete Katılanların Cinsiyetine Göre, İğdir Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	69

6.4.3. Ankete Katılanların Medeni Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	70
6.4.4. Ankete Katılanların Eğitim Durumlarına Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	72
6.4.5. Ankete Katılanların Mesleklerine Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	74
6.4.6. Ankete Katılanların Ailelerini Hangi Gelir Grubunda Gördüklerine Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	76
6.4.7. Ankete Katılanların Ailelerinin Toplam Gelir Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir.....	77
6.4.8. Ankete Katılanların Gelirinin Tatil Yapmaya Elverişliliği Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	79
6.4.9. Ankete Katılanların Yılda Çıktığı Tatil Sayısına Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	80
6.4.10. Ankete Katılanların Son Beş Yılda Yurt Dışı Tatiline Çıkma Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	82
6.4.11. Ankete Katılanların Iğdır'ın Turizm Potansiyelini Algılama Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir	83
6.5. Faktör ile Ölçek Toplam Puan Korelasyonu	84

SONUÇ VE ÖNERİLER	86
KAYNAKÇA	92
EKLER	97
ÖZGEÇMİŞ	100

ÖZET

Bu çalışma; Iğdır Halkı tarafından turizmin olumlu etkilerinin algılanma durumunu belirleyebilmek ve halkın turizm konusundaki düşüncelerini değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç doğrultusunda hazırlanan anket; 2009 yılı Ekim ayı içerisinde Iğdır şehir merkezinde yaşayan 500 kişiye uygulanmıştır.

Anket sonuçları; bilgisayar ortamında SPSS 15.0 istatistiksel programında analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan Iğdır halkı'nın demografik özelliklerine yönelik sorular frekans dağılımı ile test edilmiştir. Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması ile ilgili faktör analizi gerçekleştirilmiş ve ölçeğin alt boyutları ile deneklerin özellikleri arasında ilişkilerin belirlenmesinde t-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova) testlerinden faydalanılarak hipotezler test edilmiştir.

Araştırma sonucunda ölçekten alınan toplam ortalama puan, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerinin algılamasının yüksek seviyede gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Araştırmada turizmin olumlu etkilerini açıklayan 12 değişkenden oluşan 3 boyutlu yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlarla Iğdır Halkı'nın bazı özellikleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Turizm, Iğdır halkı, halkın bakış açısı, turizmin etkileri

ABSTRACT

This study has been prepared to determine positive effects of tourism on people of Iğdır and to evaluate thoughts of people on tourism.

The questionnaire arranged in this purpose has been carried out on 500 inhabitants living in Iğdır city centre in September 2009.

The questionnaire results have been analysed in SPSS 15.0 statistical program in computer programming. Percentage and descriptive periodicity statistics have been used in determining demographical characteristics of Iğdır people accompanying this study. T-test and Anova tests have been employed in determining the relationship between descriptive characteristics of Iğdır people, their thoughts relating to tourism potential of Iğdır and determining the relationship between inferior dimensions of scales.

As a result of the search, it has been realized that; Iğdır is a reasonably convenient place in terms of tourism potential; people of Iğdır are positive and conscious about tourism. In addition, in this study, three dimensional structures consisting of 12 factors explaining positive effects of tourism have come out. In this respect, there is a significant relationship between people of Iğdır and their characteristics.

Key Words: Tourism, people of Iğdır, Viewpoint of People, The Effects of Tourism

ÖNSÖZ

Turizm, insanların tatil amaçlı yer deęiřtirmeleri sonucu meydana gelen sosyo- ekonomik bir olaydır. Turizm űlkelere önemli ekonomik, sosyal, kültürel etkiler yaratarak űlke ekonomilerine önemli etkiler yapmaktadır.

Bu çalışma, bir yörede turizm gelişimini sağlamak için yerel halk tarafından algılanan, turizmin olumlu etkilerinin neler olduğunu ve bu olumlu etkilerin benimsenme seviyesini ortaya çıkarmak ve Iğdır İli'nin turizm potansiyelinin tespit edilmesine yöneliktir.

Uygulama çalışması Iğdır Halkı'na yöneliktir. Elde edilen bulguların turizmle ilgili olan herkese faydalı olacağını ümit ederim.

Çalışmamda beni yönlendiren, başta değerli hocam Yrd.Doç.Dr.Bora AÇAN'a, bana her konuda destek olan eşim Yücel BAYAT'a, fotoğraflarını kullanmama izin veren fotoğraf sanatçısı Bilgihan OVA'ya ve çalışmama yardımcı olan herkese içten teőekkürlerimi sunarım.

Iğdır ,Haziran 2010

Gülşen BAYAT

TABLO LİSTESİ

sayfa

Tablo 1.1. Türkiye'nin Yıllara Göre Konaklama Tesisleri ve Yatak Kapasiteleri	11
Tablo 1.2. Konaklama Tesislerinin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı (2008)	12
Tablo 1.3. Konaklama Tesislerinin Türleri ve Yatak Kapasiteleri (2008).....	13
Tablo 1.4. Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı	19
Tablo 1.5. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı	20
Tablo 1.6. Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı	22
Tablo 1.7. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığının Kapatılmasındaki Pay	23
Tablo 1.8. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Pay	24
Tablo 2.1. TÜİK 2007 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçlarına Göre İğdır İli Kent ve Kırsal Nüfus Durumu	39
Tablo 3.1. Örneklemin Nüfus Dağılımı	55
Tablo 3.2. Ankete katılan Kişilerin Yaş –Cinsiyet Dağılımları	58
Tablo 3.3. Ankete katılan Kişilerin Medeni Durum, Memleket, Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı.....	58
Tablo 3.4. Ankete Katılanların Kişilerin Meslek Gruplarına göre Dağılımı	59
Tablo 3.5. Ankete Katılan Kişilerin Aylık Gelir ve Gelir Grubuna Göre Dağılımı....	60
Tablo 3.6. Ankete Katılan Ailelerin Aylık Gelir Düzeyleri.....	61
Tablo 3.7. Ankete Katılanların Araba Sahipliği Dağılımı	61
Tablo 3.8. Ankete Katılanların Ailelerinin Aylık Geliri Tatil Yapılması için Yeterli Olma Durumuna Göre Dağılımı.....	61
Tablo 3.9. Ankete Katılanların Bir Yılda Çıktıkları Tatil Sayısına Göre Dağılımı ...	62
Tablo 3.10. Ankete Katılanların Son Beş Yılda Yurtdışında Tatile Çıkma Durumuna Göre Dağılımı.....	62
Tablo 3.11. Ankete Katılanların İğdır İlini Turizm Açısından yeterli Görme Durumlarına Göre Dağılımı	62
Tablo 3.12. Ankete Katılanların Tatili Geçirdikleri Yere Göre Dağılımı.....	63
Tablo 3.13. Ankete Katılanların Turizm Etkilerine Katılma Ortalama ve Standart Sapmaları.....	64
Tablo 3.14. KMO ve Barlett's Test.....	65
Tablo 3.15. Faktör Sayısı ve Açıklanan Varyans Yüzdesi.....	66
Tablo 3.16. Faktör Analizi Sonuçları (Varimax)	67
Tablo 3.17. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yaşı Değişkeni Arasındaki İlişki	69
Tablo 3.18. Yerel Halkın Turizm Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Cinsiyeti Değişkeni Arasındaki İlişki.....	70

Tablo 3.19. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Medeni Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki.....	71
Tablo 3.20. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki	73
Tablo 3.21. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Meslekleri Değişkeni Arasındaki İlişki	75
Tablo 3.22. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Ailelerini Hangi Gelir Grubunda Gördükleri Arasındaki İlişki	77
Tablo 3.23. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Aylık Toplam Geliri Değişkeni Arasındaki İlişki	78
Tablo 3.24. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Toplam Aile Gelirinin Tatil Yapmasına Yeterli Olma Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki	80
Tablo 3.25. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yılda Çıktığı Tatil Sayısı Değişkeni Arasındaki İlişki ..	81
Tablo 3.26. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Son Beş Yılda Yurt Dışına Tatile Çıkma Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki.....	82
Tablo 3.27. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların İğdir'in Turizm Açısından Yeterli Olma Durumu Düşüncesi Değişkeni Arasındaki İlişki	84
Tablo 3.28. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeği Alt Boyutlarının Aralarındaki İlişkiler	85

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1. Iğdır'dan Bir Görünüm	35
Şekil 2.2. Iğdır'dan Doğal Bir Görünüm	38
Şekil 2.3. Iğdır'dan Şehir Merkezi Genel Bir Görünüm	40
Şekil 2.4. Ağrı Dağı	41
Şekil 2.5. Tuzluca Tuz Mağaraları	43
Şekil 2.6. Kulyusuf Kümbeti	44
Şekil 2.7. İbrahim Gödek Kümbeti	45
Şekil 2.8. Kolu Kent Kümbeti	46
Şekil 2.9. Iğdır Kalesi	47
Şekil 2.10. Sürmeli Kalesi	47
Şekil 2.11. Iğdır Kervansarayı	48
Şekil 2.12. Koçbaşı Mezar Taşları	49
Şekil 2.13. Iğdır Soykırım Anıtı	50

GİRİŞ

Turizm insanların tatil amaçlı yer değiştirmeleri sonucu meydana gelen sosyo-ekonomik bir olaydır. 20. yüzyılın ikinci yarısında son derece hızlı bir gelişme gösteren ve bugüne kadar turizm hareketleri, turist sayısı, turizm geliri ölçüsüyle önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır. Turizm ülkelere önemli döviz girdisi sağlayan, istihdam sorunlarının çözümü için önem arz eden, ülke ekonomilerini canlandıran çok önemli bir sektördür.

İnsanlar tarihin akışı içerisinde çeşitli nedenlerle sürekli yaşadıkları yerlerden başka yerlere seyahat etmişlerdir. Endüstri Devriminden sonra insanların turizme katılmasını sağlayan boş zamanların artması, ücretli tatil hakkı, teknolojik yenilikler, gelir düzeyinin artması, kentleşme ve nüfus artışı, insan ömrünün uzaması, sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü, turizm bilincinin oluşması, kültür ve eğitim düzeyinin yükselmesi gibi nedenler insanların turizme katılımını arttırmıştır. Zaten insanlar yaradılışları gereği yeni yerler görmeye, yeni şeyler öğrenmeye ve farklı duygular tatmaya eğilimlidir. Önemli olan insanların bu duygularını harekete geçirerek eylemlerin gerçekleştirilmesidir.

Bir yörede turizm gelişimi için doğal ve kültürel çevreden başka buralarda yaşayan yerel halkın turizme bakış açısı da çok önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye gerek doğal gerekse kültürel anlamda turizm açısından gelişmiş olan ülkelere çok daha fazla kaynaklara sahip olmasına rağmen, yerel halkın bu anlamda desteğini sağlayamadığı için turizmden çok daha az bir gelir elde etmektedir. Turizm büyük oranda yerel halkın iyi niyetine bağlıdır. Onların desteği ve turizme olumlu bakmaları başarılı ve sürdürülebilir bir turizm gelişimi için gereklidir.

Türkiye turizm stratejisi hedeflerine göre, ülkemizin her tarafına dağılmış olan sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültürel açıdan önemli yer ve yerleşmelerin alternatif turizm açısından değerlendirilip zayıf olan yerleşmelerin de turizm konusunda güçlenmeleri sağlanmış olacaktır.

Dünya’da turizme katılan kişi sayısı her yıl artmaktadır. İnsanlar artık farklı yerleri gezip görmek oraların tarihi ve kültürel değerlerini tanımak istiyorlar.

Bu amaçlar doğrultusunda çalışma üç bölüm halinde hazırlanmıştır. Birinci ve ikinci bölüm teorik olarak oluşturulmuş , üçüncü bölümde uygulama ağırlıklı çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde turizmin tanımı yapılarak, turizmin öneminden bahsedilmiştir. Turizm arz ve talep yapısı açıklanarak, Türkiye turizminin arz ve talep yapısına yer verilmiştir. Ayrıca bu bölümde Türkiye ekonomisinde turizmin yeri açıklanmış, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsedilerek, turizmin sosyo-ekonomik katkısından da bahsedilmiştir. Son olarakta turizmin geliştirilmesine yönelik tedbirlerden bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde Iğdır’ın turizm potansiyelini belirlemeye yönelik, Iğdır İli’nin konumu ve sınırları, Iğdır İli’nin turizm arz kaynakları, doğal değerleri, iklimi, bitki örtüsü, başlıca coğrafi özellikleri ve tarihi eserleri hakkında bilgi verilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Iğdır halkının turizme bakış açısını belirlemeye yönelik bir anket çalışması yapılmış ve araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE TURİZMİN ETKİLERİ

1. Turizmin Tanımı

Turizm konusu ile ilgili bir çalışmada ilk ve en büyük zorluk, turizmin tanımının net bir şekilde yapılamamasından kaynaklanmaktadır. Bu da, turizmin son derece geniş, çok yönlü ve karmaşık bir olay olduğunun bir göstergesidir. Dolayısıyla turizm kavramını tek bir kelime ile ifade etmek kolay değildir. Şimdiye kadar yapılan tanımlar, turizm kavramının sadece birkaç yönünü açıklamıştır. Turizm olayını ya da kavramını tanımlamak amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olayın değişik yönlerine farklı derecede önem veren yazarlar, bugüne kadar birbirinden oldukça ayrılan tanımlar yapmışlardır.

Bazı araştırmacılar, turizmi “endüstri” olarak kabul ederken, bazıları da endüstriden çok “sistem” olarak kabul etmektedirler. Turizm kavramının birçok disiplin ve sektör ile ilişkisi bulunmaktadır. Turizm kavramının tek bir tanımının yapılamamasının nedeni, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacıların turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamalardan kaynaklanmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001:5).

Turizm kavramının kökenini, Latince'de dönme hareketini ifade eden "tornus" sözcüğü oluşturmaktadır. İngilizce'deki "touring" deyimini ile "tour" deyimleri de bu sözcükten türemiştir. "Tour" dairesel bir hareketi, bazı site ve yörelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketini ifade eder. "Touring" deyimini ise, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılır. Özetle "tour" hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa ya da uzun süreli seyahatleri ifade eder. Burada geçen "tour" kökü, bir hareketi, dolaşmayı ve başlangıç yerine geri dönüşü ifade eder. Turizm ve turistik kelimelerinin anlamını açıklamaya, tanımlamaya çalışırken dikkat edilecek ilk unsur; hareket ve geri dönüş olayıdır (Sezgin,1995:3).

Türkçe'de ise "Seyyah" kelimesi "turist", "seyahat" kelimesi ise "turizm" deyimlerinin karşılığıdır. Her ne kadar "turist", "turizm", "turistik" kavramları ilk kez İngilizler tarafından kullanılmışsa da ana dilimize bu deyimler, Fransızca'dan gelip yerleşmiş ve tutunmuşlardır.

Turizm kavramı şimdiye kadar bir çok uzman ve bilim adamı tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Bunların içinde en tanınmış olanları Hunziker ve Krapf'tır. Bu yazarların tanımları turizmi, tüketim fonksiyonunu geçici yer değiştirme, seyahat ve konaklama bölümlerini kapsayacak şekilde bilimsel yönden ele almaktadırlar. Günümüze kadar en çok kullanılan ve OECD tarafından da benimsenen tanım Prof. Dr. Walter Hunziker'in 1941 yılında yaptığı tanımdır. Bu tanıma göre; "sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşta bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan olay ve ilişkilerin tümü turizm"dir (Kozak, Kozak ve Kozak,2001:5).

Öztaş'a (2002) göre, turizm, sürekli olarak ikamet edilen yer dışında, eğlence, dinlenme, spor, kültür vb. gereksinimlerin giderilmesi amacıyla yapılan seyahat ve geçici konaklama faaliyetleridir.

Gürer (2003) ise turizmi şu şekilde tanımlamaktadır: "Turizm faaliyetleri, insanları dinlendirici, yeni yerler görmek ve tanımak yoluyla kültürel olarak geliştirici faaliyetler olmalarının yanı sıra yeni işgücü olanakları yaratan, özellikle yöresel olarak ekonomik gelişmeye katkı sağlayan ve bu yolla yöresel kalkınmaya ivme veren faaliyetlerdir".

Özdemir (1992) ise daha kapsamlı bir tanım getirerek turizmi: "insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında, sürekli olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak ve politik ya da askeri bir amacı izlememek üzere; serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma amacıyla ya da dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan ya da o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süresiyle konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan bir tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır, bütünleşmiş bir hizmet ve kültür sektörü" olarak tanımlamıştır.

Özetle turizm, sosyal, kültürel ve ekonomik etkinlikler bütününden oluşmaktadır.

2.Turizmin Önemi

Turizm bütün ülkelerin üzerinde önemle durmaya başladıkları ekonomik faaliyetlerden biri haline gelmiştir. Turizmi cazip hale getiren çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlardan biri turizm ülkeler açısından önemli bir döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi üzerinde pozitif etki yapabilen bir sektördür. Diğer etkileri ise turizm emek-yoğun bir sektör olduğu için yaratmakta olduğu istihdam sebebiyle ülkeler açısından cazip hale gelen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yarattığı istihdam sayesinde işsizlik sorununun çözümüne sağladığı katkı nedeniyle hükümetler tarafından da arzu edilen bir sektör olarak görülmektedir. Turizm sayesinde gıda, inşaat ve ulaşım gibi bir çok sektör gelişebilmektedir. Ayrıca turizm hükümetler için yeni vergi kaynakları yaratmaktadır. Turizm günümüzde döviz girdisini arttırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisiyle dünya barışının korunmasında da önemli etkisi olan bir sektördür. Turizm dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir sektördür. Ayrıca Türk ekonomisinin de vazgeçilmez temel taşlarından birisidir. Sektörel gelişim açısından bakıldığında turizm en hızlı gelişen sektörlerden birisidir (Altunışık, 2009:32).

Dünya turizm örgütü (UNWTO) verilerine göre Dünyada ve Türkiye'deki turist sayısı ve turizm gelirlerinde paralel bir değişim olduğu gözlenmektedir. Özellikle de 2000 sonrasında Türkiye'nin turizm gelirlerinde önemli bir artış görülmüştür. Bu artış artan turizm yatırımlarından kaynaklanmayıp, sunulan turistik ürün alternatiflerinin artırılması yanında turizm hizmetlerinde çeşitlenme, iyileştirilen turizm hizmet kalitesi ve yoğun pazarlama stratejileri sayesinde sağlanan rekabetçi pazarlama uygulamaları ile mümkün olmaktadır.

Türkiye, coğrafi konumu ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir. Bu nedenle tarihte kıtalararası ilişki büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinden olmuştur. Birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan

Türkiye, doğal kaynak donanımı ve bulunduğu jeopolitik konumu sebebiyle çok önemli bir turizm potansiyeline sahip bir ülkedir. Ancak Türkiye sektör içerisinde hakkettiği payı alamamıştır. Türkiye yaklaşık 20 milyon turist girişi ile dünya turizm pazarında ilk onda yer almamaktadır. Buna bağlı olarak da turizm gelirleri açısından da daha küçük bir oranla yetinmek zorundadır.

3. Turizmin Arz Yapısı

Turizm arzını, bir ülkenin veya bölgenin seyahat edenlerin ihtiyacını karşılamada sahip olduğu varlık, değer ve olanakların tümü ile belli bir zaman süresi içindeki yolculuk ve konaklamaya dönük ve belli bir fiyata satılmaya hazır mal ve hizmet akımı olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 171).

Başka bir deyişle, turizm arzı, belirli şartlar altında belirli bir fiyatta, bir memleketin veya bir bölgenin turistlere satmaya ya da turistlerin faydalanmasına sunduğu her türlü doğal, tarihi, kültürel, arkeolojik değerlerle tesis ve hizmetlerin tümüdür (Sezgin, 2001: 50).

Turistik arzını, diğer sektörlerdeki işletmelerin arzlarından ayıran temel özellikler aşağıda maddeler halinde sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 179- 180):

- “Turizmde arz ancak büyük yatırımlarla meydana gelebilmektedir. Belirli bir yörenin turizm pazarlarında etkin olmaya başlaması, ileride yapılacak yatırımların daha da masraflı olmasına yol açar ve arazi fiyatlarında baskılar artar. Bununla birlikte, işletmelerde personel sorunu ortaya çıkarır.
- Turizm sektöründe krizler, turizm talebindeki mevsimsel dalgalanmalar, politik huzursuzluklar ile tesadüfi faktörlerden kolay etkilenir. Bu nedenle turizm arzını oluşturan mal ve hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi gerekmektedir.
- Turizm arzında ikame olanaklarının yüksek olması risklerin dağıtımını güçleştirmektedir.
- Yapısal Özellik: Teknik gelişmeler üretimin yapısını değiştirmiş ve üretim faktörlerinin üretimdeki önemi artmıştır. Hizmet sektöründe gelişen teknoloji ile birlikte insan gücü yerine makinelerin ikame edilmesi sayısız güçlükler

ortaya çıkarmış ve yeni teknolojinin uygulanması verimlilikte değişikliliğe yol amamiştir. Emek-yoğun retimimn egemen olduğu turizm arzında ve konaklama endüstrisi maliyetlerinde azalma görülmemiştir.

- Turizm arzı, diğer turistik bölgelerdeki fiyatların etkisi, tüketicilerdeki değişik eğilimler ve ihtiyaçlar gibi dış unsurların etkisi ile farklılıklar gösterir. Her bölgenin sahip olduğu doğal kaynakların farklılığı, turizmin mevsimlik oluşu, turizm arzı ile turizm talebinin birbirinden uzakta oluşu gibi nedenler turizmi tam rekabet ortamından uzaklaştırır.
- Turizm arzı kapasite kullanımına dayalı bir esnekliğe sahiptir ve konaklama tesislerinde kapasiteyi yatak sayısı ifade eder. Bu nedenle, kapasite kullanımı günlük, aylık, mevsimlik ve yıllık geceleme olarak hesaplanır.
- Turizm arzı inelastik bir özellik gösterir örneğin; konaklama ücretlerinin artışı ve konaklama tesisi kurmak için gerekli üretim faktörlerinin fiyatlarının azalması karşısında yatak sayısının artması veya aksi durumda azalması gerekmektedir. Diğer bir ifade ile yatak sayısının artışı, yeni konaklama tesislerinin yapımının azalışı ve mevcutların kapatılmasına bağlıdır. Ancak bütün bu değişmeler için belli bir srenin geçmesi gerektiğinden turistik arz analizlerinde “ zaman faktörü ” nn göz önüne alınması gerekmektedir”.

3.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizmi bir ürün olarak değerlendirdiğimizde turizm arzını etkileyen temel etmenler olarak; çekicilik, ulaşabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri, imaj ve yerel halkın turizme bakışı sayılabilir.

3.1.1. Çekicilik

Çekicilik turistin seyahat etmek istediği bir yeri, başka bir yere tercih etmesini etkileyen unsurdur. Çekicilik kendi arasında dört gruba ayrılır. Bunlar, doğal unsurlar, sosyo-kültürel unsurlar, ekonomik unsurlar, psikolojik unsurlardır.

Doğal unsurlar: Turizm ürününü oluşturan unsurlardan çekiciliği etkileyen en önemli unsur, doğal unsurlardır. Bunlar, coğrafik yapı, iklim, doğal güzellikler, temiz hava, temiz su kaynakları, temiz deniz, yaz mevsiminde güneş, kiş mevsiminde kar, hayvan türleri, bitki örtüsü, sebze ve meyve çeşitleridir (Hacıoğlu, 1997:41).

Sosyo-Kültürel unsurlar: Misafirperverlik, gelenek ve görenekler, kültür, siyasal yapı, ekonomik yaşam, kültürel varlıklar(müzeler, anıtlar, ibadet yerleri, tarihi kentler vb) eğitim durumu, kentleşme düzeyi (Kozak, 2008:126).

Ekonomik unsurlar: Bir turizm ürününün talep görmesinde ve satın alınmasında ekonomik koşulların uygunluğu da önemli bir çekicilik unsurunu oluşturur. Turizm ürününün fiyatı, genel ekonomik durum, paranın satın alma değeri,altyapı olanakları gibi (Karakaya, 1998:61).

Psikolojik unsurlar: Ülkeler arasındaki tarihsel, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumların gelenek görenek ve davranış biçimleri, yöneticilerin davranışları, moda, alışkanlıklar, sempati ya da iticilik duygusu gelmektedir (Kozak,2008:127).

3.1.2.Ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik turizm ürününü oluşturan önemli bir unsurdur. Turizm merkezlerine ve turizm işletmelerine kolay ulaşılabilmesine yönelik alt yapı olanaklarının varlığıdır. Turizm ürününün çekiciliği yüksek olsa da ulaşım için yeterli altyapı bulunmuyor ise, başka anlamda havayolu, karayolu, denizyolu ulaşımı yetersiz ise turizm ürünlerinin pazarlanmasında güçlükler çıkabilir. Bir turizm ürününün ulaşılabilirliği, onun kolay ve ekonomik oluşuna bağlıdır (Manzıone, 1982: 108-114).

3.1.3.Etkinlikler

Turizm ürününü oluşturan bir unsurda etkinliklerdir. Festival, fuar, karnaval, şenlikler, kongreler ve bunların yanısıra spor organizasyonları da bu kapsamda yer alır (Aymankuy, 2003: 2–3).

3.1.4.İmaj

Bölgelerin ve turizm işletmelerinin sahip olduğu imaj da turizm ürünü olarak değerlendirilir. Örneğin Antalya deniz-kum-güneş turizmi imajına, Kıbrıs kumar turizmi imajına sahiptir (Kozak:2008:128-130).

3.1.5.Yerel Halkın Turizm Algısı

Günümüzde turizm sayesinde Fransa, İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi diğer birçok ülke çok yüksek gelir elde etmektedirler. Turizmin bu ülkelerde gelişimine

bakıldığında doğal, tarihi ve kültürel çevreden başka buralarda yaşayan yerel halkın turistlere olan yaklaşımlarının da çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Türkiye gerek doğal ve tarihi gerekse kültürel anlamda turizm açısından gelişmiş olan ülkelerden çok daha fazla kaynaklara sahip olmasına rağmen, yerel halkın bu anlamda desteğini sağlayamadığı için turizmden elde edebileceğinden çok daha az bir gelir elde edebilmektedir.

Turizm araştırmacıları sosyal ve kültürel etkilerin yerel halk tarafından değerlendirilmesi konusunda farklı görüşler belirtmişlerdir. Yerel halkın bir kısmı turizmin kültürel değişimi sağladığını, eğlence imkânlarını artırdığını, farklı dünya görüşlerinin birleşmesine imkan verdiğini belirtirken, diğer bir kısım halk ise kültürel yozlaşmaya, ahlakın bozulmasına sebep olduğuna inanmaktadır. Aynı şekilde yerel halkın bir bölümü turizmin doğal ve tarihi çevreyi korumada ve çevre kirlenmesini önlemede önemli bir faktör olduğunu düşünürken diğer bir bölümü de bu etkinin negatif yönlü olacağını düşünmektedir. Turizm büyük oranda yerel halkın iyi niyetine bağlıdır, onların desteği başarılı, sürdürülebilir bir turizm gelişimi için gereklidir. Eğer yerel halkın turizm algısı olumlu ise turistlerle mübadeleye gönüllü olmakla birlikte turizm gelişmesine katkı da sağlayacaklardır (Cengiz ve Kırkbir, 2007: 20).

Olumlu davranışlar olumlu tutumlardan kaynaklanırlar. Bu nedenle, yerli halkın turistlere karşı tutumları olumlu olduğu ölçüde; aralarındaki ilişkiler olumlu olacak; yerli halkın turistlere karşı olumsuz tutumlar takınması oranında, aralarındaki ilişkiler olumsuz bir nitelik alacaktır (Doğan, 2004: 95).

3.2.Türkiye Turizminin Arz Yapısı

Türkiye turizminin arz yapısı ile ilgili olarak yapılacak bir değerlendirmede, Türkiye'nin doğal ve tarihi güzellikleri, konaklama tesisleri, seyahat acentaları ve turizme dönük olarak çalışan diğer yan sektörlerin dikkate alınması gerekmektedir.

Türkiye'nin turizm arzı içerisinde en önemli kaynağı doğal, kültürel ve tarihi güzellikleridir.

Bilindiği üzere, "Türkiye, coğrafik konumu itibari ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir. Bu nedenledir ki, tarihin ilk

devirlerinden beri kıtalar arası insan ilişkileri büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinde olmuştur. Türkiye'deki uygarlık izleri M.Ö. 8000 yıllarına kadar gitmektedir. Uygarlık geçmişinin bu kadar eski oluşunun yanı sıra, bu topraklarda yaşamış olan kavimlerin çeşitliliği de Türkiye'nin arkeolojik ve kültürel zenginlikleri benzersiz kılmaktadır. Hattiler, Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frigyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar, Cumhuriyet Türkiye'sine gelinceye kadar ki uygarlıkların sahibidirler. Tüm bu uygarlıkların birleşimi, bugünkü Anadolu kültürünün temelini oluşturmuştur. Bunlara ek olarak, dünyanın yedi harikasından ikisi, Halikarnas'taki mozole ve Efes'teki Artemis tapınağı Türkiye toprakları içerisinde yer almaktadır (Turizm Bakanlığı, 2000: 3- 4).

Zengin tarih ve kültür mirasının yanı sıra Türkiye doğal değerler açısından da büyük bir zenginlik ve çeşitlilik göstermektedir. Anadolu'nun batı dillerindeki adı da küçük Asya (Asia Minor)'dır. Bu isim ona koca bir kıtanın özelliklerini kendi ölçeğinde göstermekte olmasından dolayı verilmiştir. İlgi çekici jeolojik yapısı, yağış ve ısı dağılımında görülen büyük farklılıklarda karakterize edilen iklim koşulları ile aynı gün içinde dört mevsimin yaşandığı, birbirinden farklı nicelik ve nitelikteki doğal yapının var olduğu, binlerce yabani bitki ve hayvan türü ile Türkiye çok yönlü bir zenginlik sergilemektedir.

Bu doğal ve kültürel zenginliği, üç semavi dinin (Müslümanlık, Hıristiyanlık, Musevilik) ahenk ve huzur içinde yan yana yaşadığı cami, kilise, sinagog ve insanının konukseverliliği ile birleşince Türkiye, turizm için çok çekici bir ülke durumuna gelmektedir.

Yukarıda belirtilen durumlar Türkiye'nin turizm potansiyelini geliştirmesi açısından büyük avantajlar sunmaktadır. Diğer taraftan Türkiye, coğrafi konumu itibari ile çok sık ve ani olarak olumsuz gelişmelerle karşılaşabilmektedir. Bu durum Türkiye için bazı dezavantajları gündeme getirmekte ve ülkeye olan turizm talebi olumsuz yönde etkilenmektedir. Günümüzde deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı turizm hareketleri çekiciliğini muhafaza ederken yeni arayışlarla turizm faaliyetleri değişmekte ve de çeşitlenmektedir. Söz konusu değişim içerisinde; tarih, kültür, golf, çevre, eko, dağ, termal, özel merak, spor, damak zevki, vb. turizm türleri yer almaya

başlamıştır. Kuşkusuz Türkiye'nin turizm potansiyeli dünyadaki bu yeni anlayışa cevap verebilecek kapasitededir.

Diğer taraftan, 1991-2008 yılları arasında Türkiye'deki konaklama tesisleri ve yatak kapasitesinin dağılımı Tablo 1.1 'de sunulmuştur. Daha önce belirtildiği gibi, 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu Türkiye'de konaklama tesisleri ve yatak kapasitesinin artırılmasında önemli ölçüde etkili olmuştur. Uygulanan teşvik politikaları ile büyük tesisler kurulmuştur.

Tablo 1.1. Türkiye'nin Yıllara Göre Konaklama Tesisleri ve Yatak Kapasiteleri

	Yatırım Belgeli		İşletme Belgeli	
	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
1991	1.987	331.711	1.404	200.678
1992	1.938	309.139	1.498	219.940
1993	1.788	276.037	1.581	235.238
1994	1.578	240.932	1.729	265.136
1995	1.334	202.483	1.793	286.463
1996	1.309	202.631	1.866	301.524
1997	1.402	236.632	1.933	313.298
1998	1.365	249.125	1.954	314.215
1999	1.311	245.543	1.907	319.313
2000	1.300	243.794	1.824	325.168
2001	1.237	229.047	1.998	368.819
2002	1.138	222.876	2.124	396.148
2003	1.130	242.603	2.240	420.697
2004	1.151	259.424	2.357	454.290
2005	1.039	278.255	2.412	483.330
2006	869	274.687	2.475	508.632
2007	776	254.191	2514	532.262
2008	772	258.287	2566	567.470

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, www.tursab.gov.tr/12.01.2010

Sektörün içerisinde yer alan oteller genellikle deniz turizmine yöneliktir ve sahil kenarında yığılmalar yaşanmaktadır. Örneğin; Türkiye'de işletme belgeli tesisin yaklaşık %80'i ve yatak kapasitesinin ise %85'i üç bölge içerisinde yer almaktadır. Bunlar, Türkiye turizm endüstrisi açısından oldukça önem taşıyan Marmara, Ege ve

Akdeniz Bölgeleri'dir. Söz konusu bu bölgesel yoğunlaşmalar, Türkiye'deki konaklama ve geceleme oranlarına da yansımaktadır. Türkiye'ye olan toplam konaklamaların %79'u ve toplam gecemelerin ise %89'u bu üç bölgede gerçekleşmektedir (Erol, 2003: 31).

Türkiye'de bu yoğunlaşmaların getirdiği sıkıntıların aşılabilmesi için, turizm yatırımları bu bölgelerin dışına kaydırılmaya çalışılmakta ve turizmi tüm ülkeye yaymak için alternatif turizm ürünleri geliştirilmeye çalışılmaktadır. Konaklama tesislerinin başlıca turistik merkezlere göre dağılımı Tablo 1.2'de gösterilmiştir.

Tablo 1.2. Konaklama Tesislerinin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı (2008)

	Yatırım Belgesi				İşletme Belgesi			
	TESİS	%	YATAK	%	TESİS	%	YATAK	%
İSTANBUL	79	10,2	24.987	9,7	363	14,1	60.926	10,7
ANTALYA	169	21,9	84.553	32,7	643	25,1	261.964	46,2
MUĞLA	141	18,3	53.361	20,7	372	14,5	80.980	14,3
İZMİR	42	5,4	14.568	5,6	133	5,2	26.103	4,6
AYDIN	27	3,5	15.295	5,9	80	3,1	18.302	3,2
DİĞER	314	40,7	65.523	25,4	975	38,0	119.195	21,0
TOPLAM	772	100,0	258.287	100,0	2.566	100,0	567.470	100,0

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 İstatistikleri

2008 yılı itibariyle Türkiye'deki konaklama tesislerinin yıldız ve sınıflarına göre ulaştıkları sayısal durum Tablo 1.2'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, Türkiye'deki konaklama tesislerinin büyük bir çoğunluğunu otellerin oluşturduğu fark edilmektedir. Bunu tatil köyleri ve pansiyonlar izlemektedir.

Dünyada turizm hareketleri çeşitlenmektedir ve Türkiye'de bu kapsamda çalışmalar yürütmektedir. Günümüzde Türkiye'deki turizm faaliyetleri golf, dağ, termal vb. gruplara ayrılmaktadır. Tablo 1.3'e bakıldığında, bu tip faaliyetlere olan talebin artması durumunda, Türkiye'deki konaklama tesislerinin yetersiz kalabileceği görülmektedir.

Tablo 1.3. Konaklama Tesislerinin Türleri ve Yatak Kapasiteleri (2008)

Tür	Yatırım Belgeli				İşletme Belgeli		
	Sınıf	Tesis	Yatak	Oda	Tesis	Yatak	Oda
Oteller	5 Yıldızlı	129	37 044	82 762	267	84 125	179 964
	4 Yıldızlı	202	34 807	74 506	471	70 679	147 153
	3 Yıldızlı	154	10 370	22 792	645	45 212	91 960
	2 Yıldızlı	60	2 234	4 696	616	24 028	47 490
	1 Yıldızlı	20	624	1 242	91	3 305	6 626
	Toplam	565	85 079	185 998	2 090	227 349	473 193
Moteller	1.Sınıf				1	68	136
	2.Sınıf				8	193	381
	Motel	2	61	124	9	206	422
	Toplam	2	61	124	18	467	939
Tatil Köyleri	5 yıldızlı	26	8 608	19 025	66	22 433	50 836
	4 Yıldızlı	13	3 639	7 652	20	3 617	8 383
	Toplam	39	12 247	26 677	86	26 050	59 219
Termal Oteller	5 Yıldızlı	6	1 587	4 348	3	769	1 764
	4 Yıldızlı	1	400	1 563	1	207	417
	3 Yıldızlı	3	216	458	7	350	758
	2 Yıldızlı				2	55	110
	Toplam	10	2 203	6 369	13	1 381	3 049
Pansiyonlar	-	21	401	797	63	967	1 926
Kampingler	-	4	873	2 511	6	371	1 169
Oberjler	-				1	246	481
Apart Oteller	-	49	6 278	19 695	102	4 712	11 732
Özel Tesis	-	12	490	1 044	170	5 382	11 695
Golf Tesisleri	-	3	193	510	1	23	68
Eğitim Ve Uygulama Tesisleri	-				1	36	72
Turizm Kompleksi	-	5	2 175	4 993	2	916	1 987
Butik Otel		42	1 741	4 042	9	389	813
B Tipi Tatil Sitesi		12	1 386	4 792	2	249	860
Butik Tatil Villaları		2	104	244			
Dağ Evi	-	2	41	176	1	51	152
Çiftlik Evi / Köy Evi)		3	175	235	1	44	115
Yayla Evi		1	40	80			
Toplam		772	113 487	258 287	2 566	268 33	567 470

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, www.tursab.gov.tr/(15.01.2010)

2008 sonu itibariyle, yatırım belgeli 772 tesis fiilen işletilmektedir. İşletme belgelilerle birlikte toplam tesis sayısı 567.470'dir.

Türkiye turizm arzı içerisinde turizm sektörünün işlemlerini sağlayan ve özellikle dış turizmde konaklama-agenta-ulaştırma üçlüsünün en önemli basamağını oluşturan seyahat acentaları istenen düzeyde gelişme gösterememiştir. Bu durumun nedeni Türkiye'deki seyahat acentalığının, daha çok iç turizme yönelik olarak örgütlenmesi ve dış ülkelere yönelik tur düzenlemeleri ile ilgili "tur operatörlüğü" kurumlaşmasının gerçekleşmemesidir. Bu tür operasyonlar A grubu seyahat acentalarına bırakılmıştır. Ancak A grubu seyahat acentalarının sahip olduğu sermaye yapıları, deneyimleri ve örgütlenmeleri "tur operatörü" gibi çalışmalarını engellemektedir. Türkiye'de 2008 yılı itibariyle, 5672 adet seyahat acentası faaliyet göstermektedir.

Türkiye'de konaklama ve seyahat acentalarından sonra Türkiye ekonomisine turizm başlığı altında en fazla katkıyı sağlayan alan yat işletmeciliğidir. Yapılan tahminlere göre Türkiye'de yat turizmi yılda bir milyar dolar dolayında döviz girdisi sağlamaktadır. Türkiye'de 2006 verilerine 1062 yat ve 8.162 yat yatağı bulunmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001: 123).

4. Turizmin Talep Yapısı

Toplumsal açıdan turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların turistik mal ve hizmetlerden, belirli bir piyasada belirli bir fiyata rasyonel ve irrasyonel sebeplerle belirli bir dönemde kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunmalarıdır. Bir ülke açısından turizm talebini ülke içi ve dışı olmak üzere iki gruba ayırmak mümkündür. Ülke içi turizm talebi; ülke vatandaşlarının kendi ülkelerinde turistik ihtiyaçlarını karşılamaları durumudur. Ülke dışı turizm talebi; vatandaşların ülkeleri dışında turistik ihtiyaçlarını karşılamaları sonucu oluşmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 195).

Uluslararası turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri, rasyonel veya irrasyonel nedenlerle kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satın alma

gücüne ve boş zamana sahip olan insanların miktarıdır (Şahin, 1990: 18). Turizm talebi genellikle turist sayıları ve döviz gelirleri ile ölçülmektedir.

Turizm talebinin belli başlı özellikleri şunlardır (Yağcı, 2003:38):

- “Turizm talebi bağımsızdır ve insanı seyahate yönelten etkenler kişiden kişiye değişiklik göstermektedir.
- Turizm talebi çok yönlüdür. Talepte fiziksel bir rahatlama veya ticari bir faaliyete katılma isteğinden kaynaklanabilir.
- Turizm talebi, kişisel kullanılabilir gelire bağlıdır ve satın alma gücüne bağlı olarak değişiklik göstermektedir.
- Turizm talebinde, ikame olanakları yüksektir.
- Turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında aşırı bir rekabet vardır.
- Turizm talebi mevsimlik bir karakter taşır ve turizm hareketleri belli mevsimlerde yoğunlaşır” .

4.1.Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebini etkileyen faktörlerin esas etkinliği, turist gönderen ülkelerde olmakla birlikte, bir bölümü de turist kabul eden ülkelerde olabilmektedir (Öztaş, 2002: 57). Turizm talebinin oluşumu için bazı ekonomik, sosyal, fiziksel ve psikolojik faktörlerin bir araya gelmesi gerekmektedir. Toplumların yaşadıkları yer, sosyal ve ekonomik durumlar bölgeler bakımından farklılıklar ortaya koymaktadır. Bu durum turizm talebini doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir.

Turizm talebini sadece tek bir faktör olumlu veya olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, birçok faktörde aynı anda farklı şekilde etkileyebilmektedir. Talebi etkileyen faktörlerin çok olması etkilerinin tespitinde zorluklar ortaya koymaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 197). Aşağıda turizm talebini etkileyen faktörler ekonomik ve toplumsal faktörler olarak ele alınmaktadır.

4.1.1.Ekonomik Faktörler

Turizm talebine etki eden çok sayıda ekonomik faktörler vardır. Bunlar arasında gelen yabancı turistlerin gelir düzeyleri, seyahat edilecek ülkenin turizm

işletmeleri, tesis ve yatak kapasiteleri, ulaşım olanakları ve bunların fiyatları gibi faktörler sayılabilir (Gürbüz, 1988: 83- 91).

Turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler şu şekilde sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 198- 203):

- *“Milli Gelir Miktarı.* Turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için uygun miktarda gelire ihtiyaç vardır. Turizmin en önemli unsuru seyahat, ancak gelir seviyesi bu harcamaları karşılayabilecek olan kişiler tarafından gerçekleştirilebilir. Turizm talebi milli gelir hacmine bağlı olduğundan, milli gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde turizm talebi daha yüksektir. Ancak milli gelirin yüksek, nüfusunun fazla olduğu ülkelerde bu durum geçerli olmayabilir. Nüfusun fazla olduğu ülkelerde kişi başı gelir miktarı da düşük olmaktadır. Milli gelirin tek başına yüksek olması o ülkenin refah seviyesinin yüksek olduğu anlamı da taşımayabilir. Bu nedenle, milli gelir seviyesinin turizm talebine etkisi ülkelerin genel özelliklerine göre değişmektedir.
- *Kişi Başına Düşen Gelir Miktarı.* Turizm harcamaları kişi başına düşen gelirden yapılan harcamaları kapsamaktadır. Kişi başına gelir miktarı yüksek olan ülkelerin turizm talebi kişi başı gelir miktarı düşük ülkelere göre daha yüksektir. Ancak kişi başı gelir miktarı, bir grubun toplam gelirlerinin gruptaki kişi sayısına bölümünden elde edildiğinden, diğer bir değişle milli gelir ile nüfusun oranı olduğundan aşırı zenginlik ve fakirliği gizlemektedir.
- *Milli Gelirin Dağılım Şekli.* Turizm talebi açısından ele alındığında milli gelirin dağılım şekli önemlidir. Milli gelirin dağılım şeklinin adaletli olması, kişi başı gelir miktarının yüksek ve doğru olmasını ortaya kaymaktadır. Bu durumda turizm talebi yüksek olmaktadır.
- *Milli Gelirin Üretim Faktörleri Arasında Dağılım Şekli.* Son yıllarda milli gelir içerisinde arazi, ücret gelirleri, faiz ve karın payı artmıştır. Gelirin üretim faktörleri arasındaki bu gelişimi, ücretlilerin turistik tüketime katılmaları olanaklarını da artırmıştır. Bu durumda da, turistik talepte değişimler olmasına ve kitle turizminin doğmasına yol açmıştır.
- *Cari Piyasa Fiyatı.* Turistik ihtiyaçlar lüks ve kültürel ihtiyaç niteliğinde olduğundan, turizme katılacak kişilerin zorunlu ihtiyaçları dışında ayırmış

oldukları serbest gelirlerini kullanması gerekmektedir. Turizme katılmak isteyen kişiler, diğer ihtiyaçları yerine turistik ürün ve hizmetleri tercih etmeleri durumunda turist kimliği kazanmaktadırlar. Bu durumda fiyat, diğer mal ve ürünlere göre turistik talebe daha büyük etkide bulunmaktadır.

- *Ulaştırma.* Seyahat edilecek yerlere mesafe ve ulaştırma imkanları turizm talebine doğrudan etki etmektedir. Ulaştırma araçları, güvenlik, hız, konfor, kapasite ve tarifeler turizm talebini etkiler. Ancak, turistler için tatil fiyatı ulaştırmayı da kapsadığı için doğrudan ulaştırma unsuru düşünülmemeyebilir.
- *Ödemeler Dengesi.* Bir ülkede kişi başı gelir miktarı yüksek ve gerçek olsa da ödemeler dengesinin olumsuz bir durumda olması talebi azaltabilir. Ödemeler dengesinin pasif artan vermesi seyahate ayrılan döviz miktarını sınırlanmasına yol açabilir.
- *Turizm Endüstrisinin Durumu.* Ülkenin turist kabul etme imkanları, ihtiyaçları karşılama durumu, hizmet kalitesi, fiyat seviyesi ve turistlerin aradığı özellikleri taşıması talep durumunu da etkilemektedir. Ekonomik durumu vasat olan turistlere yönelik olan bir bölgeye olan talep artacaktır ancak, fiyat yükselmesi ile bu bölgeye talebi azaltacaktır”.

4.1.2. Toplumsal Faktörler

Turizm talebine etki eden önemli faktörlerden biri de, yaşamış olduğu toplumun özellikleri ile hayat görüşü ve kişinin yaşam biçimi gibi faktörlerdir. Nüfus yapısı, eğitim seviyesi ve boş zaman gibi faktörler sosyal faktörler içerisinde turizm talebine etki etmektedir. Turizme katılacak kişinin seyahat kararında etkili olan sosyal faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Olahı ve Timur, 1986: 205):

- “Ailevi özellikler
- Dil güçlükleri
- Politik düzensizlik
- Sosyal mevzuat
- Sosyal hareket yeteneği
- Şehirleşme
- Konaklama şekli
- Ekonomik faaliyet alanının özellikleri”.

4.2.Türkiye Turizminin Talep Yapısı

Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebi ve buna bağlı turizm geliri Tablo 1-4'de gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde, Turizm Teşvik Kanunu'nun yarattığı etkinin olumlu yansımaları belirgin biçimde kendini göstermiş ve gelen turist sayısı belirgin biçimde artmıştır. 2000 yılına gelindiğinde ise, turist sayısı bir önceki yıla göre %39 oranında artarak 10.412 bin kişiye ulaşmıştır. 2005 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı, %20,59 oranında artarak 21.122 bin kişi şeklinde gerçekleşirken, 2006 yılında kuş gribi, karikatür krizi , dünya kupası maçları gibi nedenlerden etkilenen turizmimiz, -6,2 oranında düşerek gelen turist sayısı 12.554 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. 2007 yılı itibariyle turizm talebinde bir artış kaydedilmiş, bu yıl Türkiye'ye gelen turist sayısı 23.341 olarak gerçekleşmiş, turizm talebinde kaydedilen artış, 2007 ve 2008 yıllarında da artarak, 2008 yılında 27.077 turist Türkiye'ye gelmiştir.

Türkiye'nin elde ettiği turizm geliri ise, 1991 yılında 2.654 milyon Dolar, iken, 2000 yılında %47 oranında artarak 7 milyar 636 milyon Dolar gerçekleşmiştir. 2005 yılında Türkiye'nin turizm geliri, %14,8 oranında artarak 13 milyar 929 Dolara yükselmiş ve 2006 yılında -9,9 oranında düşerek 12.554 milyon dolara gerilemiştir. 2007 yılında gelen turist sayısına paralel olarak turizm gelirleri de artış göstermiştir. 2007 yılında Türkiye'nin turizm geliri 13990 milyon dolar olarak gerçekleşmiş bu artış 2008 yılında da devam ederek, 2009 yılında 18.853 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, Türkiye'ye yönelik turizm talebi mevsimsel özellik göstermekte ve Türkiye'ye gelen turistlerin aylara göre dağılımına bakıldığında, Mayıs-Ekim aylarında talebin arttığı fark edilmektedir. Diğer bir deyişle, Türkiye'ye yönelik turizm talebi genellikle yaz aylarında yoğunlaşmaktadır.

Tablo 1.4. Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı

	Turist Sayısı	Yıllık Değişim (%)	Turizm Geliri (milyon \$) (*)	Yıllık Değişim (%)
1991	5.517	2,4	2.654	-17,7
1992	7.076	28,2	3.639	37,1
1993	6.500	-8,1	3.959	8,8
1994	6.670	2,6	4.321	9,1
1995	7.726	15,8	4.957	14,7
1996	8.614	11,5	5.650	14,0
1997	9.689	12,5	7.002	23,9
1998	9.752	0,7	7.177	2,5
1999	7.487	-23,2	5.203	-33,4
2000	10.428	39,3	7.636	46,8
2001	11.618	11,4	8.090	5,9
2002	13.256	14,1	8.473	4,7
2003	14.029	5,8	9.676	14,2
2004	17.517	24,9	12.124	25,3
2005	21.124	20,6	13.929	14,9
2006	19.819	-6,2	12.554	-9,9
2007	23 341	17,77	13 990	11,4
2008	26 337	12,83	16 761	19,81
2009	27 077	2,81	15 853	-5,42

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, www.tursab.gov.tr/20.01.2010

Tablo 1.5. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı

	2006	2007	2008
Ocak	667.337	714.425	782.786
Şubat	626.565	787.048	896.482
Mart	921.892	1.099.960	1.305.297
Nisan	1.372.922	1.520.954	1.647.903
Mayıs	1.918.809	2.287.645	2.748.564
Haziran	2.368.628	2.774.076	3.305.832
Temmuz	3.109.727	3.624.156	4.084.764
Ağustos	2.905.817	3.384.065	3.762.136
Eylül	2.267.146	2.799.276	2.981.044
Ekim	1.713.916	2.152.908	2.462.497
Kasım	1.020.106	1.177.475	1.267.996
Aralık	926.968	1.018.923	1.091.376
Toplam	19.819.333	23.340.911	26.336.677

Kaynak: <http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=39> /21.01.2010

Bu yoğunluğun doğal sonucu olarak birçok turistik yörede aşırı yığılmalar gerçekleşmekte ve fiziki kapasiteler zorlanmaktadır. Dolayısıyla turiste sunulan hizmetin kalitesi de düşmektedir. Türkiye'de turizm hareketlerini tüm yıla yaymak ve turizm çeşitlendirmeleri ile ilgili politikaların oluşumunun diğer bir nedeni, bu tür olumsuzlukları asgariye indirmektir.

5. Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri

Turizm, günümüzde döviz girdisini artırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektördür. Türk ekonomisinin de vazgeçilmez temel taşlarından birisi olan turizm, bugünkü dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir konudur.

Türkiye, coğrafi konumu itibari ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir. Bu nedenledir ki tarihin ilk devirlerinden beri kıtalar arası ilişkileri büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinden olmuştur. Göçler, savaşlar, istilalar, ticaret yolları ve haberleşme için Anadolu toprakları sürekli kullanılmış ve birçok uygarlığın beşiği olmuştur. Tüm bu uygarlıkların birleşimi, bugünkü Anadolu kültürünün temelini oluşturmuştur (Turizm Bakanlığı, 1997).

Türkiye’de ekonomi politikalarının geniş bir perspektifle tartışılmaya başlandığı 1960’lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başladığı yılları ifade etmektedir (Çımat ve Bahar, 2003: 3). 1963 yılında başlayarak hemen hemen her kalkınma planında, daha sonraları 1980’li yıllarda çıkan Turizm Teşvik Kanunu ve gerekli yasal düzenlemelerin çoğunda turizm endüstrisinden beklenenlerin başında döviz gelirlerini artırmak gelmektedir. Döviz gelirlerinin en önemli etkisi ise ödemeler dengesi üzerindedir. Bilindiği üzere ödemeler dengesi, bir ülkenin ekonomik durumunu en iyi şekilde gösteren bir ölçüdür. Gelişmekte olan Türkiye için gerek yatırım malı gerekse petrol ürünleri ve diğer tüketim mallarını dışarıdan ithal edebilmek için de dövize gereksinim duyulmaktadır. Sürekli olarak artan dış borç anapara ve faiz ödemeleri de döviz ile yapıldığından, Türkiye’nin dövize olan gereksinim günden güne artmaktadır. Bu nedenle de çok az dış alım gerektiren ve kısa zamanda döviz getirisi sağlayan turizm, ödemeler dengesi açıklarını kapatılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001: 126).

5.1. Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

Turizmden elde edilen döviz gelirlerinin ülke ekonomisindeki önemini en net şekilde ortaya koyan veriler turizmin GSMH içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranıdır.

Turizm yaygın bir ekonomik etkinliktir. Turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı yükseldikçe çok sayıda üretim ve hizmet sektörü turizm endüstrisinden etkilenir. Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payının %5 ve daha fazla olması ülkenin turizm ülkesi ve ekonomisinin kısmen turizme bağlı olduğunun göstergesidir (Yarcan, 1995: 8). Tablo 1.6’da görüldüğü gibi 2000’li yıllardan sonra Türkiye’nin turizm gelirleri GSMH içinde %5 oranında pay alırken, 2005 yılından sonra düşmüş, 2008 yılında %2,9 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1.6. Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı

Yıllar	GSMH (milyar \$)	Turizm Geliri (milyar \$)	GSMH İçindeki Pay (%)
1991	150	2,7	1,8
1992	158	3,6	2,3
1993	179	4,0	2,2
1994	132	4,3	3,3
1995	170	5,0	2,9
1996	184	5,6	3,0
1997	192	7,0	3,6
1998	207	7,2	3,5
1999	185	5,2	2,8
2000	201	7,6	3,8
2001	145	8,1	5,6
2002	181	8,5	4,7
2003	239	13,2	5,5
2004	301	15,9	5,3
2005	361	18,2	5,0
2006	400	16,9	4,2
2007	659	18,5	2,8
2008	742	21,9	2,9

Kaynak: <http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=31>/22.01.2010

5.2. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığının Kapatılmasındaki Payı

Turizm hareketlerinden doğan harcama-gelir akımı, turizm gelirlerinin ekonomik açıdan bazı belirli özelliklerini ortaya koyarak, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere döviz akımını sağlayıp, gelir transferini gerçekleştirebilmektedir. Gelen turistlerin konaklama, yeme-içme, ulaştırma, alış-veriş, eğlence gibi çeşitli gereksinimleri karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar ulusal geliri arttırmaktadır.

Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapamadaki payı oldukça yüksektir. Bunun sebepleri içerisinde turizmin üretildiği yerde tüketilen yapısı gösterilebilmektedir. 1999 yılında yaşanan Marmara depremi sonrasında dış ticaret açığı %100'ün üzerinde artarak 2000 yılında 22.410 milyon dolara ulaşmış, krizlerden ve dış etkenlerden çok çabuk etkilenebilen turizm gelirlerindeki toparlanma da çok yüksek düzeyde olamamıştır. Bu sebeple 2000 yılındaki turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını (DTA) kapama oranı %34 seviyelerinde kalmış ve

Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerini takiben uygulanan istikrar programı sonucu dış ticaret açığındaki azalmaya karşılık turizm gelirlerinde görülen artış, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama oranını artırmıştır (Kar ve Erozkirişçi, 2004: 96). Ancak ABD'nin Irak'ı işgali, yaşanan terör olayları turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapamadaki payını düşürmüştür.

Turizm gelirlerinin dış ticaret açığının kapatılmasındaki payı Tablo 1-7'de gösterilmiştir.

Tablo 1.7. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığının Kapatılmasındaki Payı

Yıl	Dış Ticaret Açığı	Turizm Geliri (milyar\$)	Turizm Gelirinin DTA Kapama Payı (yüzde)
1996	19.4	5.9	30.4
1997	20.6	8.0	39.0
1998	19.0	7.8	41.1
1999	14.1	5.2	36.9
2000	26.6	7.6	28.6
2001	9.3	10.1	10.7
2002	15.7	11.9	76.3
2003	21.8	13.6	62.5
2004	34.3	15.9	18.4
2005	42.6	18.0	24.6

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı 2006 İstatistikleri

Tablo 1.7'de görüldüğü üzere; turizm gelirlerinin dış ticaret açığının kapatılmasındaki payı; 1996'da %30.4, 1999'da %36.9, 2000'de %28.6, 2001'de %10.7, 2002'de %76.3, 2003'de %62.5, 2004'de %18,4 ve 2005'de %24.6 olarak gerçekleşmiştir.

5.3. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı

Turizmin ekonomik göstergelerinden bir diğeri de, turizmden elde edilen döviz gelirlerinin ihracattan elde edilen gelire oranıdır.

Turizmden kazanılan döviz gelirlerinin ihracat içindeki payı gelirlerin ödemeler dengesindeki katkısını belirtir. Türkiye'de turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı görece yüksektir. Bu durum 1980'li yıllarda ihracata teşvik primi

verilmesi sonucunda gerçek ve fiktif ihracat gelirlerinin ilk yıllarında artışı ve daha sonra ihracat artış hızının azaltılması ile açıklanabilir (Çakır, 2001: 385).

Tablo 1.8. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı

Yıl	İhracat (milyar \$)	Turizm Geliri (milyar \$)	İhracat Gelirleri İçindeki Pay (%)
1991	13,6	2,7	19,8
1992	14,7	3,6	24,5
1993	15,3	4,0	26,1
1994	18,1	4,3	23,8
1995	21,6	5,0	23,1
1996	23,2	5,6	24,1
1997	26,3	7,0	26,6
1998	27,0	7,2	26,7
1999	26,6	5,2	19,5
2000	27,8	7,6	27,3
2001	31,3	8,1	25,9
2002	36,1	8,5	23,5
2003	47,3	13,2	27,9
2004	63,2	15,9	25,2
2005	73,5	18,2	24,7
2006	85,3	16,9	19,7
2007	107,2	18,4	17,2
2008	132,0	21,9	16,6

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 İstatistikleri

Türkiye'nin turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı, 1963 yılında %2.1 iken, son yıllarda ihracata teşvik primi verilmesi ve yukarıda bahsedilen politika değişiklikleri sonucu bu oran %27-28 gibi oldukça yüksek değerlere ulaşmıştır (İlkin ve Dinçer, 1991: 21). 1980-1984 yılları arasında bu oran % 11 iken, 1984-1994 yıllarında iki katına çıkmış ve 2001'de ise % 25.9'a yükselmiştir (Çımat ve Bahar, 2003: 10).2003 yılında ise %27,9 oranında bugüne kadar ihracat gelirleri içerisinde aldığı en yüksek paya ulaşmıştır. 2005 yılından itibaren turizm gelirlerinin ihracat gelirleri arasında aldığı pay düşüşe geçmiş, 2008 yılında % 16,6 olarak gerçekleşmiştir.

6. Turizmin Etkileri.

6.1.Turizmin Sosyo- Kültürel Etkileri

Turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve doğa ve çevresel gelişmeye birçok katkıları söz konusudur. Bu bölümde turizmin bu katkıları ele alınmaktadır.

6.1.1.Sosyal Gelişmeye Katkısı

Aile Kurumu Üzerindeki Etkileri: Yöre halkı ve turistler arasındaki etkileşim özellikle aile kurumu üzerinde etkili olur. Erdek'te yapılan bir araştırmada evlerini pansiyon olarak turizme açan aile reislerinin %70'inin çocukları ile turist çocuklarının arkadaşlık etmelerinin yararlı olması, görgünün artması ve yeni şeyler öğrenme nedeni ile olumlu buldukları, turistlerin; aile ile birlikte yaşamının kendilerine insan tanıma, dost edinme, giyim kuşam öğrenme vb. yararlar sağladığını düşündükleri belirlenmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 75).

Turizmin aile üzerindeki diğer bir etkisi olarak; kırsal yörenin turizme açılması ile birçok ailenin kendi girişimcilik yeteneklerini geliştirerek kazanç sağlama yoluna gittiği aynı zamanda bölgenin tanıtımına da katkı sağladığı belirlenmiştir (Kiper, 2006: 37).

Hoşgörü Ortamının Artması: Turizm, farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunmaları ve kültürel yapıları daha yakından tanımaları, dostluk ve arkadaşlık oluşturarak zıtlıkları törpülemeleri sayesinde toplumsal barışa ve hoşgörünün artmasına katkı sağlamaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008:93).

Kırsal Kadının Öneminin Artması: Kırsal toplumlarda eskiden kadının rolünün oldukça sınırlı olmasına rağmen günümüzde önemli roller almaya hazırdır (Soykan, 2006: 74). Kırsal turizmde verilen hizmetlerin ve sürdürülen etkinliklerin günlük yaşantının bir parçası olması, kadın emeğine ihtiyaç duyulmasını da beraberinde getirir. Çünkü aile işletmeciliği çerçevesinde; mutfak, temizlik, konuk ağırlama, satış yapma ve el becerisi gibi ürünleri hazırlama gibi konularda kadın başrolde olmuştur. İzmir'in Selçuk ilçesindeki Şirince Köyü'nde kadınlar; kendi el

örgü işlerini ve yerel ürünleri satmakta, pansiyonculuk ve restoran işlerini yürütmektedirler (Soykan, 2002: 156).

6.1.2.Kültürel Gelişmeye Katkısı

Kültür Etkileşimi: Turistler gittikleri yöredeki yaşam biçiminden, yöre halkı da turistlerin yaşam biçiminden etkilenmekte, bu durum yöre halkının yaşam biçiminin değişmesi ile sonuçlanabilmektedir (Ahipasaoğlu ve Çeltek, 2006: 75). Bu etkileşimin yöre halkı açısından modern kültürü öğrenme, modern toplumda bulunan bazı farklı uygulamaların kendilerine adapte etme gibi olumlu etkileri vardır (Halдар, 2007: 123).

El Sanatlarına Verilen Önemin Artması: Kırsal el sanatları ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli yeri bulunmaktadır (Soykan, 2006: 74). Hediyelik ve hatıra eşyalarının, turistlerin daha fazla döviz bırakmalarını sağlamak ve izlenimlerini canlı tutmak ve görüldükleri yerlerde yöreyi tanıtmak gibi fonksiyonları vardır (Ahipasaoğlu ve Çeltek, 2006: 76).

Kültürü Koruma: Kırsal alanlarda geleneksel işlerin korunması son derece önemlidir, çünkü bunların bazıları yalnızca oraya özgü olup, yok olma aşamasına gelmişlerdir (Soykan, 2006: 73). Turizm kapsamında yerel halkın kültürünü keşfetmek isteyen turist, bunu turizmde gayet iyi yakalayabilir. Turistin önem verdiklerini, şimdiye kadar farkında olmayan ve önemsemeyen halk, bu takdirde bilinçlenerek kültürü korumayı ve sahiplenmeyi öğrenir. Bu sayede, Türkiye'nin kır kültürünün zenginliği göz önüne alındığında, birçok unutulmakta olan değerler (başta el sanatları) kırsal turizm sayesinde yeniden yaşatılacaktır (Soykan, 1999: 71).

Yabancı Dil Öğrenimine Yönlendirme: Turizm hem bölge halkının hem de seyahat etme amacıyla olan potansiyel turistlerin kendi anadillerinden başka ikinci bir dili öğrenmelerine araç olabilir. Farklı bir dilin öğrenilmesi iletişimi kolaylaştırdığı gibi farklı kültürler hakkında bilgi alınmasına da yardımcı olmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008: 94).

Toplum Alt Yapısını Oluşturmak: Kırsal turizm, kültürel değerlerin sürdürülmesi açısından sosyal altyapıyı da destekler (Douglas vd., 2001: 164). Kırsal

turizmin bu bağlamda toplum alt yapısının oluşturulmasına yardımcı olur (Kiper, 2006: 38).

6.1.3.Ekonomik Gelişmeye Katkısı

Yöre Halkına Gelir Sağlama: Turizm, yöre insanına kente göç etmeden kentsel standartları yakalama olanağı sağlarlar. Yöre insanları, hem hizmet hem de mal satışından aracısız karlar sağlayarak yaşam düzeylerini yükseltebilirler (Demircioğlu, 1993: 9).

Yöredeki Kadının İstihdamı: Turizmin gelişmesiyle birlikte kırsal alandaki kadınların aile içerisindeki rolleri değişir ve kadının çalışma ortamına daha aktif olarak katılma olanağı ortaya çıkar (Kiper, 2006: 48).

Köyden Kente Göçü Önleme ve İstihdam Yaratma: Türkiye de kırsal alanda yaşayan nüfus giderek azalmakta, kırdan kente göç olayı tüm ağırlığı ile yaşanmaktadır. Özellikle dağlık bölgelerin nüfus kaybetmeleri sorununa Avrupa kırsal turizm ile çare aramaktadır (Kiper, 2006: 48). Kırdan göçün önlenmesi, kırsal kesimdeki yaşam koşullarının iyileştirilmesi, yeterli ve adil bir gelir dağılımının sağlanması ile mümkündür (Ahipasaoğlu ve Çeltek, 2006: 69). Turizm bu bağlamda kırsal topluma değişik kaynaklardan gelir yaratmakla birlikte birtakım ekonomik ve toplumsal sorunlara çözüm yaratmaktadır. En başta da yeni işlerin yaratılması ile işsizlik azalmakta ve dışarıya göç durmaktadır (Kiper, 2006: 48).

Diğer Sektörleri Canlandırma: Kırsal turizmin gelişmesiyle birlikte diğer ürün ve hizmetlere olan talepte artacaktır (Haldar, 2007: 123). Örneğin; tarım ürünlerine ek talep doğacağından, tarım üreticileri için ek piyasa doğması gelir artışı sağlayacaktır. Kırsal yörelerde el ve ev sanatlarının gelişmesiyle, esnaf ve sanatkar sayısı artacak bu da ek gelirler sağlayacaktır. Yeni konaklama, yeme-içme vb. tesislerin açılmasıyla inşaat sektörü gelişeceği için ona bağlı yan sektörler ve gelirleri artacaktır (Ahipasaoğlu ve Çeltek, 2006: 69- 70). Yine yöre yakınındaki küçük yerleşim birimlerinde turizme dayalı sanayi gelişecek bu da dolaylı olarak istihdamı artıracaktır (Demircioğlu, 1993: 9).

Yörenin Tanıtımı: Turizm aktivitesi içerisinde köy düğünleri, yöresel el sanatları, yemekler, sporlar (deve ve boğa güreşleri) gibi faaliyetlerin yer alması bölgenin tanıtılması açısından büyük fayda sağlar (Kiper, 2006: 48).

Gelir Yaratici Etki: Turizmin bir tüketim olayı olma özelliğinden kaynaklanan harcama ve gelir akımı, turistlerin sürekli yerden ayrılmalarıyla başlar, tüm konaklama süresince devam eder ve yasadıkları yere geri döndüklerinde sona erer. Turizmin bu süreçte yarattığı gelir hem yöre halkına, hem yöredeki işletmeciye hem de ülke ekonomisine büyük katkı sağlar. Turizmin gelişmesi yörenin gelir seviyesine doğrudan etki edecektir. Yöreye turistin çekilmesiyle turizmle doğrudan ve dolaylı olan tüm işletmelere döviz girdisi sağlayacak bu işletmelere doğrudan gelir sağlamakla birlikte dövizin bozulmasıyla ek gelir yaratılacaktır. Bunun yanında kırsal turizmin etkisiyle konaklama fiyatlarının artması işletmelerin gelirini arttıracaktır. Yine kırsal turizmden yararlanan işletmelerin ödeyeceği vergi ve döviz girdisi ülke ekonomisine büyük katkı sağlayacaktır (Haldar, 2007: 123-124).

Yatırımların Artması: Turizm talebinin artmaya başlaması, ülkedeki özel girişimcileri ve devleti ek yatırımlar yaparak, turizm talebini karşılama yoluna sevk eder. Bu ek yatırımlar, aynı zamanda turizm sektörü için ek kapasite anlamına gelir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 70).

Yerel Beşeri ve Ekonomik Olanakların Artması: Turizm sayesinde yerel halkın gelirinin artmasıyla sağlık ve eğitim gibi olanaklarda artacaktır. Bunun yanında ulaştırma araçlarının, tarım araçlarının ve diğer yerel faaliyetlerin gelişmesini sağlayacaktır (Haldar, 2007: 121).

6.1.4.Doğa ve Çevresel Gelişmeye Katkısı

Altyapı ve Üstyapının İyileşmesi: Turizm, kırsal alanların problemi olarak belirtilen ulaşım ve tanıtımın yetersizliği gibi problemlere de ekonomik olarak katkı dolayısıyla çekim yerindeki alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesine de katkıda bulunur (Douglas vd., 2001: 165).

Çevresel Kirliliği Azaltma: Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Başarılı bir turizm faaliyetinin gerçekleşmesi için temiz ve düzenli bir çevreye ihtiyaç vardır. Çevre bir turizm kaynağı olma özelliği taşıırken, turizmin var

olması için çevrenin yaşaması gerektiği, doğanın ve çevrenin aleyhine gelişen bir turizmin kendi kaynağını tüketeceği açıktır (Kiper, 2006: 34). Kırsal yörelerin turizme açılmasıyla doğal çevrenin turistik amaçlı olarak korunması dolayısıyla çevresel kirlilik azalacak ve yöre halkının bilinçlendirilmesi durumunda turizmin gereği olarak kirli bir çevrenin turizme açılmayacağı gerçeğini öğrenerek çevreyi korumanın doğrudan uygulayıcısı olacaklardır (Demircioğlu, 1993: 9-10).

Restorasyon Çalışmalarının Artması: Turizmde tarihsel yapılardan yararlanıldığından kırsal çevrenin iyileştirilmesi ve sağlıklı hale getirilmesine sürekli ihtiyaç vardır (Soykan, 2006: 75). Yatırımların uyarıcı etkisi, turizmden kazanılan gelirler sonucu kaynakların devamının sağlanması amacıyla restorasyon çalışmaları yapılmakta sürdürülebilir turizm politikalarının kabul görmesi sonucu doğal çevre koruma altına alınmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 74).

6.2.Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri

Turizm sektörünün son yıllarda, bir ekonomik etkinlik olarak kırsal alanlara yönelmesi sebebiyle, bu yörelerde turizmin olumlu-olumsuz etkilerinin araştırılmasına başlanmıştır. Turizmin etkisiyle bu yörelerde bir taraftan gelir artışı yaşanırken diğer taraftan bilinçsizce kullanılan doğal ve tarihi güzelliklerin bozulması da söz konusu olmaktadır. Tüm bu etkiler yerel halkı etkilemekte ve turizm algısını değiştirebilmektedir.

6.2.1.Turizmin Olumlu Etkileri

- Kırsal turizm, nüfus kaybına uğrama riskleri ile karşı karşıya bulunan yöreleri canlandırmak suretiyle, yöre halkının başka bölgelere göç etmesini önleyebilmektedir (Olalı ve Timur, 1986: 181).
- Şehir ve kırsal yöreler arasındaki ilişkilerin gelişmesi, zamanla şehir ve kırsal yöre arasındaki yaşam ve davranış farklılıklarını yumuşatmaktadır.
- Aile bireyleri, küçük çocuklar için daha hoş, daha değişik vakit geçirmeye imkan veren bir ortam bulmaktadırlar.
- Turizm, kırsal yörelerin kalkınmasına yardımcı olarak ülke ekonomisine katkıda bulunur. Tarımsal ve turistik etkinlikler bir arada ve birbirinin

tamamlayıcısı olarak yer alırsa, hem o yöre hem de ülke ekonomisine önemli olumlu etkilerde bulunmaktadır.

- Turizm, kırsal yöreler halkına çok çeşitli kaynaklardan gelir kazanma olanakları yaratmaktadır. Tarım ürünleri talebi artmakta, kırsal yörelerde ev ve el sanatları gelişerek ek gelirler çoğalmakta; konaklama, yeme-içme v.b. ilgili tesislerin artması ile istihdam ve ücret gelirleri artmakta; inşaat ve ona bağlı yan sektörler ve gelirleri ile turistik mal ve hizmet sektörü ile kamu hizmetlerinin çoğalması, hem kişisel hem de kamu gelirlerini arttırmaktadır.
- Turistlerin her türlü hizmette belirli bir kalite aramaları yerli halkın da hayat standartlarının yükselmesine yol açmaktadır.
- Turizm, altyapı, konut ve çalışma şartlarının iyileştirilmesine neden olduğundan bu olumlu gelişmeler halkın yararına olmaktadır.
- Kırsal yöreler, turizmin doyum noktasına geldiği ve bu nedenle dinlendiricilik özelliklerini büyük ölçüde yitirmiş bulunan geleneksel tatil istasyonlarının yükünü hafifletir.
- Turizm, kırsal alanlarda yeni ekonomik etkinlikler doğmasına yol açar, yörenin ekonomik yapısının esnekliğe kavuşmasına yardım etmektedir (Morgül, 2006:48-49)
- Turizmin kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırması da bir başka olumlu etkiyi oluşturmaktadır. Turizm tarafından kırsal bölgelerde yaratılan yeni iş alanları, çağdaş endüstri toplumlarının kültürel değerlerinin benimsenmesi yoluyla kentsel uygarlıkların bütünleşmesini sağlayabilir.
- Turizm, farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunmaları ve kültürel yapılarını daha yakından tanımaları, dostluk ve arkadaşlıklar oluşturarak zıtlıkları törpülemeleri sayesinde toplumsal barışı ve hoşgörüyü artırabilir.
- Turizm, aile yapısı ve kadın hakları konusunda birtakım değişimleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde ekonomik ve toplumsal açılardan daha önce aile içinde sıkışmış olan kadın, turizm yoluyla daha özgür bir konuma gelebilmektedir, örneğin; İslam ülkelerinde kadınların otellerin kat hizmetleri departmanında çalışmaya başlamaları ile birlikte geleneksel rollerinde bir değişme gözlenmiş, kadınlar da ailenin

geçimine katkıda bulunmaya başlamışlardır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2008: 93).

- Turizm çoğu zaman yöresel sanatların canlanmasına neden olmaktadır. Hediyelik ve hatıra eşyalarının, turistlerin daha fazla döviz bırakmalarını sağlamak ve izlenimlerini canlı tutmak ve görüldükleri yerlerde yöreyi tanıtmak gibi fonksiyonları vardır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek , 2006: 76).

6.2.2.Turizmin Olumsuz Etkileri

Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı yörelerde, yöreye olumlu olduğu kadar olumsuz birtakım etkilerin de olduğu yapılan araştırmalar sonucu ortaya konulmuş bulunmaktadır (Sezgin, 1995: 133).

Bu olumsuz etkiler ;

- Turizm tarımdan gelir sağlayan halkın, tarım sektörü dışına kaymasına neden olmaktadır. Turizmin plansız gelişimi, tarımsal alanların azalmasına yol açmaktadır.
- Arazi ve diğer gayrimenkul fiyatlarında spekülatif artışlar olmaktadır. Kiralama bedelleri aşırı yükselerek, tarım üreticisi tarafından gelir sağlamak yerine, arazisini boş bırakarak rantı bekler duruma yönelebilmektedirler.
- Yabancıların satın alma gücü ile yerli nüfusun satın alma gücü arasındaki farklılıklar, fiyatların yükselmesine dolayısıyla enflasyonun artmasına sebep olmaktadır (Zengin, 1999: 77).
- Kırsal turizmden sağlanan gelir, yerli halka bu geliri tarım dışı hatta o yöre dışında değerlendirme şansı yaratır; o da başka sektörlerde sermaye akımını kuvvetlendirir ve kırsal turizmi yöreyi kalkındırma amacından amacından uzaklaşmasına neden olabilir.
- Tarımsal ürün deseni değişerek verimlilik azalmaktadır (Olalı ve Timur, 1986: 183).
- Kırsal yörelerde turizmin gelişmesi sosyal ve kültürel planda yerli halkın tarım yörelerine özgü gelenek ve göreneklerinin kaybolmasına kadar varan bir “kültürel kirlenme” ye neden olabilmektedir. Böyle bir durumda yerli halk ile turist kültürleri arasındaki karışma, yerli halktan turiste karşı

birbirlerinden sert çizgilerle ayrılabilen iki aşırı davranış şekli ortaya çıkmaktadır (Morgül, 2006: 70).

7.Turizmin Gelişmesine Yönelik Tedbirler

Türkiye'de "kırsal alanlarda turizmin, ekonominin verimli bir sektörü olarak geliştirilmesi isteniyorsa, girişilen çabalar arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Kırsal ekonominin gelişmesi ancak, devlet, mahalli idareler ve halkın işbirliğiyle sağlanabilir. Turistik talebin faktörlerini iyi tanıyabilmek, talebi etkileyecek çeşitli yönelimleri kavrayabilmek ve arz verileri ile hizmetleri bunlara uyarlayabilmek için araştırmaların sürekli olması gerekmektedir. Alışkanlıklardaki değişiklikler veya halkın gereksinimlerine daha uygun düşen yeni turistik arzın ortaya konması gibi değişiklikler yakından izlenmelidir. Turizme katılma ve bir kontrol sistemi oluşturma ve turistik donatımın mülkiyeti genellikle yörede yaşayanlara ait olmalıdır. Yöresel ürünler sunan ticari kuruluşlar, turizm ve rekreasyon merkezlerinin hemen yakınına kurulmalı ve turistik çekiciliklere paralel olarak gelişmesi sağlanmalıdır. Alınacak önlemler, gerekli bütün araçlarla desteklenerek kırsal yaşam düzeyinin yükselmesine yardımcı olmalıdır. Genel olarak, yüksek kaliteli tarımsal araziler turizm ve rekreasyon amaçlı kullanılmamalıdır. Temel yatırımlara katılan otel, motel, restoran gibi tesislere sahip yöresel kooperatifler kurulmalı ve varolanlar desteklenmelidir. Yatırıma yönelecek gerçek ve tüzel kişilere gerekli teşvikler sağlanmalıdır. Eğitim ve uygulama programları sadece turistik amaçlara değil, kırsal alanların temel uğraşısı olan, tarıma da yönelik olmalıdır. Böylece, halkın daha çok ilgisi çekilebilecek ve daha geniş katılım sağlanabilecektir. Turizm ve rekreasyon projelerinin ortaya konularak ve finanse edilmesi ile ilgili örgütler arasında her türlü karmaşa ve yetki çatışmasını önleyecek iyi bir koordinasyonun sağlanmasına dikkat edilmelidir (Ahipşaoğlu ve Çeltek , 2006: 33).

Bunlar dışında kırsal turizmi desteklemek üzere alınabilecek önlemler aşağıda özetlenmektedir (Soykan, 2001: 155).

- “Kültürel kimlik bozulmadan turistlerin zevk, istek ve alışkanlıklarına hitap edilmesi,

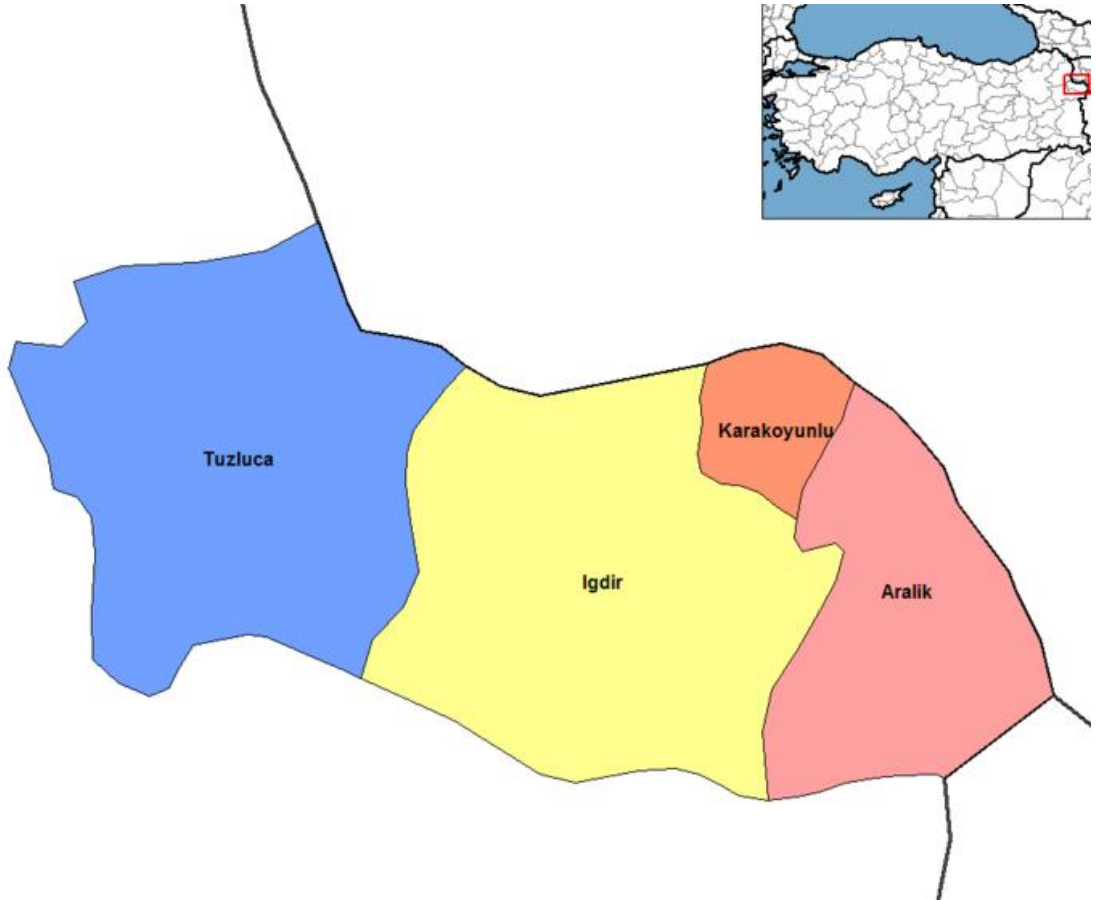
- Kırsal turizmde altyapı, kredi, tanıtım vb. çalışmalarda devlet yardımı olması,
- Kırsal turizmin tanıtılıp sevdirmesi için yöresel, bölgesel ve ülke çapında kollektif çalışılması,
- Konaklama kalitesi her zaman düzeyini korumalı, tesis ve hizmet türlerinin çeşitlendirilmesi,
- Propaganda ve reklam araçlarından yararlanarak, turistlere sunulabilecek turistik ürün ve hizmetlerin tanıtılmasıyla ilgili promosyonel çalışmaların olması,
- Ulaşım, konaklama ve yeme-içmeyle ilgili ücretler makul düzeyde tutulmalı fakat; turistin kaldığı sürece harcama yapmasını sağlayacak bir politika izlenmesi (gıda, dokuma, ağaç işleri vb.)
- Kırsal turizm, turist ile bu turizmi sunanlar arasında kişisel bilgiyi gerektirdiğinden bu personelin sık sık değişmemesi ve belirli bir eğitimin verilmesi,
- Kırsal alanlarda fiyatların eşit ve makul ölçüde olması,”
- Kırsal turizmde ekonomik anlamda sonuçlar elde etmenin arz kabiliyetine bağlı olması kırsal turizmin gelişmesine yönelik tedbirler arasında sayılabilmektedir (Morgül, 2006:71-72).

İKİNCİ BÖLÜM

İĞDIR İLİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ

1.İğdir İli'nin Konumu ve Sınırları

İğdir ili, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Erzurum- Kars bölümünde yer almaktadır. Kuzey ve kuzeydoğusunda Ermenistan, doğusunda Nahcivan Özerk Cumhuriyeti (Azerbaycan), ve İran devletleriyle komşu olan ilin toprakları; güneyden Ağrı, batı ve kuzeybatıdan ise Kars illeri ile çevrelenmiştir. Üç ülke ile ortak sınırı olan tek il olan İğdir yaklaşık 3539km² yüzölçümüne sahiptir (Güner, Şimşek, 1998:129).



Harita 2.1. İğdir Lokasyon Haritası

2.İğdır İli'nin Turizm Arz Kaynakları

2.1.Doğal Değerler

Turizm olayının gelişiminde doğal değerler çeşitlilik göstermektedir. Genellikle turizm olayı doğal değerlere bağlı olmaktadır. Doğal değerler bir yörede turizmin gelişmesini sağlayan en önemli arz kaynaklarıdır (Pearce,1991:151). Örneğin turizm türlerini arasında olan golf, kayak yapma, ata binme, su sporları gibi aktivitelerin yapılabilmesi için doğal ortamlara ihtiyaç vardır. Doğal kaynaklar, iklim, arazi şekli, bitki örtüsü, jeolojik oluşumlar, termal kaynaklar şeklinde çeşitli gruplara ayrılır.



Şekil 0.1. İğdır'dan Bir Görünüm

2.1.1.İğdır'ın İklimi

Bir yörede geliştirilebilecek turizm çeşidinin belirlenmesinde iklim önemli bir yer tutmaktadır. Bir yörede turizm yatırımı yapmadan önce güneşli günler, karlı günler, ortalama günlük sıcaklık, yağış miktarı, havadaki nem oranı gibi iklimsel değerler dikkate alınarak çeşitli turizm yatırımları yapma kararı alınmakta, burada yatırımın yeri, türü, işletmenin mimarisi belirlenmektedir.

Meteorolojinin ilgili müdürlüklerinden gerekli dokümanlar sağlanarak, yörenin iklim özellikleri analiz edilebilir. Örneğin Akdeniz ve Ege Denizi sahillerinde güneşli günlerin sayısındaki fazlalıklar kıyı turizminin gelişmesine neden olmuştur. Bursa-Uludağ, Bolu Kartal kaya, Kayseri- Erciyes, Erzurum-Palandöken'de karlı günlerin sayısı, kar kalınlıklarını yüksek olması ve arazi şeklinde kış turizmine uygun olması bu ve buna benzer yörelerde kış turizmi geliştirilmeye çalışılmaktadır. Karadeniz yöresinde ise yemyeşil alanların olması ve iklim şartlarının elverdiği ölçüde yayla turizmi geliştirilmeye çalışılmaktadır. Yine tarihi ve kültürel değerlere sahip alanların gezilip görülmesinde iklim şartlarının uygunluğu oldukça önemlidir.

İğdır Ovası ve çevresi, Türkiye ve Doğu ölçüsünde kendine özgü iklim özellikleri ile yöresel klima(mikroklima) alanı içine girmektedir. İlde yıllık sıcaklık ortalaması 11,6 C°, yıllık ortalama sıcaklık farkı ise 29,2 C° kadardır. En yüksek sıcaklık değerlerine Ağustos (42, 0 C°), en düşük sıcaklık değerlerine ise Aralık ayında (-30, 3 C°) rastlanmaktadır. Donlu günler sayısı 112,5 gün, yıllık ortalama yağış tutarı 254,2 mm. kadar olup, yağışların yarıdan fazlası 154,6 mm. ile ilkbahar ve yaz mevsimlerine isabet etmektedir. Yıllık ortalama sıcaklık değeri, 11. 6 C° olarak tespit edilen İğdır'ın çevre yerleşim birimlerinde ise bu değerler, İğdır'ın yaklaşık 50 km. güneyinde bulunan Doğubeyazıt'ta 8,6 C°, 85 km. güneybatısındaki Ağrı'da 6,5 C° 130 km. kuzeybatısındaki Kars'ta 4,3 C° kadardır. Görüleceği gibi İğdır Ovası çevresindeki yüksek dağlar ve plato bölgelerinden sıcaklık şartları bakımından belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. Ovada genel olarak doğudan batıya gidildikçe yıllık ortalama sıcaklık değerlerinde bir azalmanın olduğu dikkati çekmektedir. Dil ovasında bulunan Düç. Rasat İstasyonunun ölçümlerine göre 12,8 C° olan yıllık sıcaklık ortalaması İğdır'da 11,6 C°, Tuzluca ilçesinde ise 10,3 C°

dolayına düşmektedir. Bunun sebebi olarak doğudan batıya doğru yükseltinin az da olsa artmasını göstermek mümkündür. İlde sıcaklığın mevsimlere göre dağılışı gözden geçirildiğinde ilginç bir durumla karşılaşılır. Aralık, ocak ve şubat aylarının sıcaklık ortalamasının fazla düşük olması bölgede zaman zaman görülen aşırı soğuklar hariç kış mevsiminin fazla soğuk geçmediğini göstermektedir. İlkbahar mevsiminde sıcaklık ortalamasının 10 C° üstünde bulunmasından bu mevsimde havanın ısınmaya başladığı anlaşılmaktadır. Yaz mevsimi sıcaklık ortalaması ise 24,0 C° 'nin üstüne çıkmaktadır. Sonbahar mevsiminin ortalama sıcaklık değeri ise ilkbahar mevsimine benzerlik göstermektedir. Iğdır Rasat İstasyonunun 16 yıllık ölçüm sonuçlarına göre bölgede havanın yıllık ortalama bağıl nem değeri % 63'ü bulmaktadır. Bağıl nem oranı yıl içinde maksimuma aralık ayında (% 73) minimum değerine de temmuz ayında (%53) ulaşmaktadır (Iğdır Meteoroloji İstasyon Müdürlüğü).

2.1.2.Iğdır'ın Bitki Örtüsü

Bölgede genel olarak Depresyon alanı çevresinde yarı kurak iklim şartları yüksek kesimlerde ise yarı nemli soğuk iklim şartları hüküm sürer. Bu özelliklere bağlı olarak ağaç yetiştirme sınırının altında bulunan ve yarı kurak iklim şartlarının görüldüğü depresyon alanına step vejetasyonu yüksek kesimlerde dağ stepi ve alpin vejetasyonu mevcuttur. Bölge iktisadi anlamda orman zenginliğinden büyük ölçüde yoksundur. Ovanın sulanabilen kısımlarında genellikle endüstri bitkileri ve meyvecilik faaliyetleri ön plandadır (Iğdır Meteoroloji İstasyon Müdürlüğü).



Şekil 0.2. Iğdır'dan Doğal Bir Görünüm

2.1.3. Iğdır İli'nin Başlıca Coğrafi Özellikleri

Iğdır İline bakıldığında bölge iki kısımda ele alınabilir. Birincisi bölgenin yaklaşık %26'sını oluşturan 922 km²'lik ova alanı, ikincisi ise yaklaşık %74 'ünü oluşturan 26178 km²'lik dağlık alandır. İki bölümden oluşan ovalık alanlardan birinci bölümü 832 km²'lik Iğdır (Sürmeli) Ovası, İkinci bölümü 90km²'lik Dil Ovası vardır. Iğdır Ovasını güneyden kuşatan dağlık kütleler, ülkemizin en yüksek dağı olan Büyük Ağrı Dağı ve hemen doğusundaki Küçük Ağrı Dağı'dır. Iğdır İli arazisi, Doğu Anadolu Bölgesinin Erzurum-Kars Bölümü içerisinde Aras ırmağı tarafından birbirine bağlayan ve ülkemiz sınırları içerisinde en doğuda yer almaktadır. Aras ırmağı tarafından hemen hemen iki eşit parçaya bölünmektedir. Ülkemiz sınırları içerisinde kalan bölüme "Sürmeli Çukuru " Ermenistan sınırları içerisinde kalan bölüme ise "Sahat Çukurluğu " olarak bilinmektedir (Güner, 1992:20).

İl sınırları içerisinde yer alan dağlar sırasıyla, batıdan doğuya doğru, Kızılcaziyaret (3231 m.), Durak (2811 m.), Zor (3196 m.), Büyük Ağrı (5137 m.), Küçük Ağrı dağı (3896 m.) dağlarıdır. Türkiye'nin en yüksek dağı Büyük Ağrı

dağıdır. Küçük Ağrı dağı ise Türkiye ile İran arasındaki sınırı oluşturmaktadır (Güner, 1992: 48).

İlin ekonomisi hayvancılık ve ekip-biçme ile sağlanmaktadır. Ekip biçme faaliyetleri genellikle ovalık alanda, hayvancılık ise ilin dağlık alanında yoğunlukla yapılmaktadır (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayınları, 2001:107).

Son Genel Nüfus Tespiti (2008) sonuçlarına göre il genelinde 184.025 kişi yaşamaktadır. Bu nüfusun dağılımını aşağıda görmek mümkündür.

Tablo 2.1. TÜİK 2008 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçlarına Göre Iğdır İli Kent ve Kırsal Nüfus Durumu

Yerleşme	Merkez Nüfusu	Köy Nüfusu	Toplam Nüfus
Iğdır (Merkez)	75824	46024	121848
Aralık	6361	15805	22165
Karakoyunlu	2432	11841	14273
Tuzluca	9790	15949	25739
Toplam	94407	89618	184025

Kaynak: T. U. İ. K. 2008 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi /12.09.2009
http://report.tuik.gov.tr/reports/rwservlet?adnksdb2=&report=idari_yapi_08sonrasi.RDF&p_il1=76&p_yil=2008&p_dil=1&desformat=html&ENVID=adnksdb2Env/

Iğdır ilinde gerek yurt içine gerekse yurt dışına yönelik göç olayları gerçekleşmiştir. Iğdır ilinden dışarıya göç edenler göç ettikleri yerlere yerleşeler bile özellikle yaz aylarında ili ziyaret ederek iç turizmde bir canlılık oluşturmaktadırlar.

Arıcılık ilin batısında bulunan Tuzluca ilçesinde yapılmaktadır. Yılda ortalama 10,1 ton üretilen bal genellikle il içersinde tüketilmektedir (Tarım ve köy işleri bakanlığı yayınları, 2001:101).

İlde sanayi faaliyetleri yeterince gelişmemiştir. Iğdır'da 5 sanayi tesisi bulunmaktadır. Bu sanayi tesisleri, bir adet tuğla fabrikası, bir adet tuz işletmesi, bir adet bisküvi fabrikası, iki adet un fabrikası özel sektöre ait sanayi tesisleridir.

Yörenin iklim, toprak, topografya özelliklerinden dolayı Iğdır ovasında tarımsal faaliyetler yoğunluk kazanmıştır. Tarım alanlarında meyvecilik (elma, kayısı, şeftali), sebzeçilik (domates, biber, patlıcan, hıyar), tahıl tarımı (buğday, mısır, arpa) ve Endüstri ürünleri (şekerpancarı) tarımı yapılmaktadır.



Şekil 0.3. Iğdır'dan Şehir Merkezi Genel Bir Görünüm

2.1.4. Dağlar

Iğdır ili içersinde doğal turizm değerlerine sahip dağlar arasında Ağrı Dağı önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ağrı Dağı, Türkiye, Ermenistan, Azerbaycan ve İran devlet sınırlarının kesişme noktası yakınında yer almaktadır. Türkiye'nin en yüksek noktası olan bu dağ, Doğu Anadolu Bölgesi'nde, Erzurum- Kars Yaylası kesimini Murat havzasından ayıran merkezi sırt Karasu- Aras Dağları'nın doğu ucunda yükselen büyük bir volkan konisidir. Dağın % 65'lik kesimi Iğdır İli'nde, %35'lik kesimi ise Ağrı İli topraklarında kalır (Iğdır Kültür ve Turizm Envanteri, 2008:31).

Ağrı Dağı, çeşitli geleneklerde farklı şekilde adlandırılmıştır. Yakut dilinde "Ağr", Selçuklu Türkleri'nde " Eğri Dağ" bazen de "Ağır Dağ", İranlılar'da "Kuh Nuh", Araplar'da Büyük Ağrı'ya "Cebelü'l-haris", Küçük Ağrı'ya ise " Cebelü'l-huveyrıs" isimleri verilmiştir. Ermeniler bu dağa "Massis" veya "Masik" derken, sadece Batı coğrafyacıları "Ararat " demektedir (Tanyu, 1988:481).



Şekil 0.4. Ağrı Dağı

Ağrı Dağı'nın kuzeyinde, ortasından Aras Irmağı'nın geçtiği Iğdır Erivan Ovası uzanır. Dağın kuzeyinde ise Doğubayazıt Ovası yer alır. Bunlardan kuzeydeki ova, deniz düzeyine daha yakın olduğundan (800 m dolayında) Ağrı'nın özellikle kuzeyden görünüşü daha heybetlidir. Çünkü Iğdır Ovası üstünde birdenbire 4300 m'yi bulan bir yüksekliğe erişir. Ağrı Dağı, çevresi 128 km, yüzölçümü 1188 km²kadar olan geniş bir taban üstünde yükselen, volkanik tabanlı bir kütledir. Aslında tek bir kütle değil, Büyük Ağrı (5137 m) ve Küçük Ağrı (3896 m) adı verilen iki koni biçimindedir. Bu iki kütle birbirinden, yükseltisi 2700 m'yi bulan "Serdarbulak Geçidi" adlı boyun noktasıyla ayrılır (Şaroğlu, Yılmaz,1984:158).

Büyük Ağrı Dağı'nın kuzey yamaçlarında "Cehennemdere Vadisi" adı verilen büyük bir çöküntü alanı bulunmaktadır. 1700 m yükseklikte kurulmuş olan Yenidoğan Köyü'nden başlayarak dağın zirvesine kadar uzanan bu derin vadinin içinde 6-7 km uzunluğunda ve üzeri taş-toprakla kaplı bir buzul vardır. Vadinin kuzey tarafında yaklaşık 2500 m yükseklikte bir yerde iki küçük mağara bulunmaktadır. Vadinin güney tarafında yaklaşık 2800-3000 m yükseklikte ise bir

pınar vardır. Bu pınara “Yakup Peygamber Çeşmesi “ denir. Rivayete göre Yakup Peygamber bu pınara gelerek abdest almış ve namaz kılmıştır (Doğru, 1989:87).

Ağrı Dağı'nın tufandan sonra Nuh'un gemisine ev sahipliği yaptığı inancı dağın efsanevi kimliğini ön plana çıkarmıştır. Yüzyıllardır gezginlerin, bilginlerin, kişi ve kavimlerin dikkatini çeken Ağrı dağı ülkemizde ve dünyada türkülere, efsanelere, araştırmaya, sinemaya, şiire ve mitolojiye en çok konu olan dağdır (Kaya, Arınç, 2003:165- 166).

Ağrı Dağı'yla ilgili pek çok efsane ortaya atılmıştır. Yahudi kutsal metinlerinde ve Hıristiyanlık'ta Nuh'un Gemisi'nin bu dağa indiği inancı, Ağrı Dağı'nın hem siyasi hem de dini anlamda önemini artırmıştır (Tanyu, 1988:481).

Nuh'un Gemisinin Ağrı Dağı'nda olduğu inancı, misyonerlik faaliyetleri ve Ağrı Dağı'nın stratejik konumu nedeniyle pek çok kişinin dikkatini çekmiştir. Kutsal kitaplarda belirtildiğine göre, Adem ve Havva'nın yaşadığı “İrem Bağları” bu dağın kuzeyinde, Aras Nehri Vadisi'nde bir yerdedir. Aynı zamanda rivayete göre, Nuh Tufanı öncesinde Hz. Adem ve beraberindekilerin bindiği gemi Tufan'dan sonra sular çekilince, bu dağda karaya oturmuştur. Bu sebepten dolayı Ağrı Dağı kutsal bir dağ olarak sayılmaktadır. Batı dünyası tarafından da iyi bilinmektedir (Parrot, 1834: 138).

Ağrı Dağı turizm açısından birçok çekiçiliğe sahip bir dağdır. Bunlardan biri dağın heybetli görünümüdür. Ayrıca çevresinde rakip olabilecek böyle bir doruk olmadığı için onun çok geniş alanlardan görünmesini sağlar. Hava açık olduğu zaman Ağrı Dağı çevre illerden rahatlıkla görülebilir. Ağrı Dağı sadece ülkemizde değil, dünyada turizm potansiyeli yüksek olan dağlardan biridir. Ağrı dağı dağcılık sporu için çok uygun bir mekandır. Ayrıca bu spor ile uğraşanların aradığı tüm özelliklere sahip bir dağdır. Ağrı dağı'nın turistik açıdan önem arz eden diğer özellikleri ise, bu dağın doğa sporları, kış turizmi, dağ yürüyüşleri, dağ bisikleti ve yamaç paraşütü için oldukça elverişli koşullara sahip olmasıdır. Dış turizm açısından ise inanç turizmine yönelik yatırımlar ve tanıtım yapılırsa dünya insanları buraya çekilebilir (Doğanay, 2003:178).

2.1.5.Tuzluca Tuz Mağaraları

Tuzluca ilçesinin hemen kuzeydoğusunda yer alır. Tuzluca kayatuzu yataklarının ne zaman işletmeye açıldığı konusunda herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Yöredeki kayatuzu yatakları tarihi dönemler içersinde yöreye hakim olan kavimler tarafından işletilmiştir (Güner, Bekdemir, Ertürk, Şimşek, 2000:333). Bu mağaralar astım ve bazı solunum yolu hastalıklarına iyi gelmektedir. Burada gerekli düzenlemeler ve yatırımlar yapılırsa sağlık turizmi yapılabilir.



Şekil 0.5.Tuzluca Tuz Mağaraları

2.2.Tarihi Eserler

2.2.1.Kümbetler

Çakırtaş(Amarat) Kulyusuf Kümbeti :

Iğdır'ın yaklaşık 11 km. kuzeyinde Çakırtaş köyünün batısında, bugün tamamen yok olan bir mezarlığın dikdörtgen bir çerçeve içerisinde zincirek motifi ile sülüs ile Arapça yazılmış kitabeden kümbetin 890 H. /1485 M. yılında Kul Yusuf adlı bir zat için yaptırıldığı anlaşılmaktadır. Kümbeti inşa eden mimar bilinmemektedir. Kümbet ki katlı, sekizgen gövdeli, orta ölçülerde, ve düzgün taş malzeme ile inşa edilmiştir. Sekizgen gövde dairesi bir temel üzerine oturmaktadır (Buyruk, 2006:125).



Şekil 0.6. Kulyusuf Kümbeti

Aralık Hacı İbrahim Gödek Kümbeti:

Aralık ilçesine 15 km. uzaklıkta, Devlet Üretme Çiftliği arazisi içerisinde, girişte sağ tarafta eski bir mezarlık içerisinde yer alan kümbet, Hacı İbrahim Gödek adına yaptırılmıştır. Kümbetin iç tarafında yan yana üç mezar bulunmaktadır. Bugün tahrip olan bu mezarların baş taşları mevcuttur (İğdır Kültür ve Turizm Envanteri, 2008: 30).



Şekil 0.7. İbrahim Gödek Kümbeti

Kolı Kent Kümbeti:

İğdır Aralık İlçesi Kolikent Köyünde bulunmaktadır. Aralık ilçesine yaklaşık 12 km uzaklıkta olan Kolikent mezarlığı içerisinde bulunmaktadır.



Şekil 0.8. Koli Kent Kumbeti

2.2.2.Kaleler

En son yapılan araştırmalar göstermiştir ki Iğdır ili kale bakımından çok zengindir. Bunlardan bir kısmı tarihi kaynaklarda kendisine yer bulmuştur. Tarihi kaynaklarda adlarına rastlanmayan kaleler daha çoktur. Kaleler daha çok dağlık alanlarda yoğunlaşmışlardır. Söz konusu kalelerden bazıları aşağıda yer almaktadır.

Iğdır Kalesi (Korhan Kalesi):

Iğdır Şehir merkezinin 36 km. doğusunda, Ağrı Dağı'nın kuzey yamacında bölgeye hakim bir tepe üzerinde yer almaktadır. Kalenin hangi uygarlık zamanında yapıldığı bilinmiyor. Fakat kalenin varlığının 1064 yılından öncesine dayandığı ve bu tarihte Büyük Selçuklular tarafından fethedildiği bilinmektedir (Kırzioğlu, 1953. 332-333).

Çeşitli kavimler arasında el değiştiren Iğdır Kalesi ve Őehri, 1664 baharında çok Őiddetli bir depremle sarsılmıştır. Kale ve Şehir yıkılarak yerle bir olmuştur. Depremden kurtulanlar bugünkü Iğdır'a gelerek yerleşmiş ve ovada Iğdır'ı aynı adla tekrar kurmuşlardır (Kırzioğlu, 1953:537). Korhan Kalesinin Ağrı Dağı kuzey yamaçında bulunması bu dağın turizme açılması ile buranın da düzenlenerek turizme kazandırılması sağlanabilir.



Şekil 0.9. Iğdır Kalesi

Karakale (Sürmeli Kalesi):

Iğdır Ovası'nın batısında bulunup, Türkiye –Ermenistan sınırında yer almaktadır. Ancak kalenin kimler tarafından hangi tarihte yaptırıldığı bilinmemektedir (Acar, 2006:193). Kalenin kalıntı ve harebelerinin yol kenarında olması buranın turizme açılması için önemli bir avantajdır.



Şekil 0.10. Sürmeli Kalesi

2.2.3.Kervansaraylar, Hanlar

Iğdır Kervansarayı:

Iğdır şehir merkezinin 31 km. güneyinde, Kervansaray Köyünün batı tarafında, bugünkü Güngörmez, Kızılkule, Kervansaray ve Asma Köylerinin yol kavşağında düzlük bir arazi üzerinde yer alan kervansaray, dönemin Sürmeli Emiri Şerafeddin Ejder (Azdera) zamanında yaptırılmıştır. Kervansarayı inşa eden ustaların isimleri bilinmemektedir. Ancak bina üzerindeki usta monogramlarından (işaret) bu kervansarayın inşasında 16 değişik taşçı ustasının çalıştığı anlaşılmaktadır. Kervansarayın üzerinde herhangi bir kitabesi yoktur. Kervan yollarını ve hanları konu alan eserlerde de adı geçmemektedir. Avlusuz oluşu ve taç kapısının cephede bir çıkıntı oluşturmayışı bir geç devir eseri olduğu kanaatini uyandırmaktadır. Bu özelliklerden yola çıkarak, bu kervansarayı XIII. yy'n sonlarıyla XIV. yy'n başlarına tarihlemek mümkün görünmektedir. Zira bilinen avlusuz hanların pek çoğu geç devir eserleri olup, genellikle XIV. yy'a tarihlendirilebilmektedir (Iğdır Kültür ve Turizm Envanteri, 2008: 38).



Şekil 0.11. Iğdır Kervansarayı

Karakale Hanı:

Iğdır'a yaklaşık 25 km. uzaklıktaki Karakale yıkıntılarının içerisinde, iç kalenin doğu tarafında, Aras Nehrinin güneyinde yer almaktadır. Herhangi bir kitabesi mevcut olmayıp, kimler tarafından, hangi ustalara ve hangi tarihlerde yaptırıldığı gibi açıklayıcı bilgiler mevcut değildir. Bu yapı ile ilgili net bilgilerin elde edilebilmesi için ufak çapta yüzeysel bir kazının yapılması zorunlu görülmektedir.

2.2.4. Mezarlıklar ve Mezar Taşları

İlin en eski yerleşim merkezlerinden biri olan Karakoyunlu ilçesinde biri ilçe merkezinde, diğeri ise Karakoyunlu –Aralık yolu üzerinde olmak üzere iki kadim mezarlık bulunmaktadır. Bu mezarlıklar tarihi çok eskilere dayanan koçbaşlı mezar taşları ile ünlüdür. Bu heykeller genellikle tarihi kahramanlar, yiğitler ve nüfuzlu insanlar adına koyulmuşlardır. Son yıllarda bu tür yerlerde yapılan kaçak kazılar sonucu bunlardan bazıları tahribata uğramıştır. Bu durumdan dolayı burası Kültür Bakanlığı tarafından sit alanı olarak ilan edilmiştir. Bunların dışında Iğdır'da tarihi ve kültürel turizm açısından Yayıcı Köyü Mezarlığı, Küllük Köyü Mezarlığı da vardır.



Şekil 0.12. Koçbaşlı Mezar Taşları

2.2.5.Soykırım Anıtı

Birinci Dünya Savaşı ve sonrasında yörede yaşayan Türklere karşı uygulanan zulüm, şiddet, soykırım, baskı ve göç sonucu hayatını kaybedenler için 1997 yılında yapımı biten anıt, Iğdır Şehir merkezinin doğusunda Azerbaycan, İran, Ermenistandan gelen yolların kavşağında bulunmaktadır. Türkiye'nin en yüksek anıtıdır. Anıtın alt bölümü müze olarak oluşturulmuştur. Anıtın en önemli özelliğini orta kısmında yükselen ve herbiri 36 metre yüksekliğinde 5 adet kılıç oluşturmaktadır. Tepe noktasında birleşen kılıçlar üstten bakıldığında Türkiye Devlet Simgesi ve Bayrağında olan beş köşeli yıldız oluşturmaktadır. Anıtı oluşturan beş kılıçın herbiri tarihte kurulmuş Türk cumhuriyetlerini temsil etmektedir.



Şekil 0.13. Iğdır Soykırım Anıtı

2.3.İğdır İli'nin Turistik Aktivitesi

İğdır İli zengin turizm potansiyeline sahiptir. Ancak ne yazık ki ilde turizm faaliyetleri yeterli düzeyde değildir. İğdır çok işlek bir ulaşım ağı üzerinde bulunmaktadır. Erzurum ve Kars üzerinden gelip Nahcivan, Ermenistan ve Doğubeyazıt üzerinden İran'a giden karayolu buradan geçmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen turlar İğdır'da sadece belli birkaç yeri kısa süreli görüp yollarına devam etmektedirler. Bu turların İğdır'daki mola sürelerini uzatarak İğdır 'da konaklamalarını sağlayabilmek İğdır turizmi için çok önemli bir gelişme olacaktır.

İğdır'ın tanıtımı ve İğdır'ı turizm ve ticaret merkezi haline getirebilmek için her yıl çeşitli festivaller düzenlenmektedir. Bunlar İğdır Nevruz Festivali, Uluslararası Nuhun Gemisi Şöleni, İğdır Ağrı Dağı 30 Ağustos Dağcılık ve Doğa Sporları Şenlikleri, İğdır Ağrı Dağı Kar Şenlikleri ve Kayısı Festivalidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN YEREL HALK TARAFINDAN ALGILANMASI: IĞDIR HALKI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1.Araştırmanın Konusu ve Önemi

Sosyal, ekonomik, kültürel, çevresel ve diğer birçok faktör ve değişkeni içeren ve aynı zamanda evrensel bir olgu olan turizm, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de yükselen bir değerdir. Her geçen gün büyüyen Türkiye turizm pazarından faydalanabilecek birçok çekiciliğe sahip olan Iğdır, köklü kültürel geçmişi, tarihi ve doğal varlıkları, sıcak ve samimi insanlardan oluşan değerleri ile bütün dünya ziyaretçileri için bir çekim ve yöneliş alanı olabilir.

Zira, Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Iğdır ili, ülkemizin üç ülke ile ortak sınırı olan tek ili durumundadır. Konumu itibarı ile gerek Türkiye ve gerekse yerel turizm pazarı açısından önemli bir yere sahip olan Iğdır, ekonomik ve sosyo-kültürel değerler açısından tarihi geçmişi ile doğru orantılı olmayan bir duruş sergilemektedir. Gerek illerin gelişmişlik sıralaması, gerekse Gayri Safi Milli Hasıla bakımından Türkiye ortalamasının altında bulunmaktadır. Oysa Iğdır'ın mevcut turizm potansiyeli değerlendirilebilirse bu durumun değişeceği düşünülmektedir.

Turizm, bölgesel farklılıklara göre değişen ve çeşitlenen bir özellik göstermektedir. Bu ise turizmin doğası gereği çok boyutlu olmasından kaynaklanmaktadır. Turizmin değişen ve çeşitlenen özellik göstermesi alansal gelişimini etkilediği gibi farklı destinasyonlarda farklı çeşitlerde ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden biri olan turizm, aynı zamanda oldukça kırılğan bir yapı sergilemektedir. Çünkü turizmin hayata geçmesi ve sürdürülebilirliği için içerdiği tüm değişkenlerin birbiriyle bütünleşik olması ve birbirini desteklemesi gerekmektedir. Bu değişkenlerden biri de, turizm bölgesindeki halkın turizmi ve turisti nasıl algıladığıdır. Zira turizm altyapısının geliştirilmesinde kullanılan yüksek parasal kaynak ve turizm geliştirme stratejilerinin sosyo-ekonomik

ve kültürel etkileri nedeniyle, yerel halkın turizme karşı tavrı dikkate alınması gereken en önemli etmenlerden biridir.

Turizmin bir yörede gelişebilmesi için turistlerin ilişkide bulunabilecekleri bireylerin gönüllü yardımsever davranışlarının sağlanması ve devam ettirilmesi gerekmektedir. Turizm işletmeleri ne kadar iyi ve kaliteli hizmet sunarlarsa sunsunlar veya devlet turistlere ne kadar kolaylık sağlarsa sağlasın eğer, turizmin gerçekleştirildiği yerde turistlerle ilişkide bulunabilecek yerel halkın yardımı ve olumlu tutumları sağlanamazsa turizm çabaları başarısızlığa uğrayacaktır.

Yerel halk turistlerin aynı yere bir daha gelip gelmeme ve başkalarına tavsiye etmelerinde anahtar durumdadırlar. Yerel halkın turistlere karşı, samimi, sıcak sevecen, misafirperver, yardımsever vb. olumlu davranış ve yaklaşımları turizmin bir yörede gelişmesi için olmazsa olmazdır. Yerel halk turizmin pozitif etkisinin negatif etkisinden fazla olduğu algısına sahipse turistlere karşı olumlu davranışlarda bulunacaklardır. Turizmin etkisi ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda ele alınır. Bu faktörler değişik derecelerde turizmin toplam etkisini belirlerler. Turizmin toplam etkisi de yerel halkın turizme desteğini şekillendirir. Bir başka anlamda eğer, yerel halk turizmin farklı etki alanlarındaki sonuçlarının olumlu taraflarının olumsuz yönlerinden daha fazla olacağı fikrine sahip olursa turizm gelişim sürecine dâhil olacaklar ve turizme katkı sağlayacaklardır.

1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, yerel halk tarafından algılanan turizmin olumlu etkilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak, bu etkilere atfedilen önem seviyelerini belirlemek ve turizmin algılanan olumlu etkileri ile yerel halkın bazı özellikleri arasındaki ilişkiyi belirtmektir. Bu kapsamda;

- Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etki kriterlerine katılma düzeylerini tespit ederek, Iğdır Halkı'nın turizme yönelik eğilimlerini belirleyebilmek,
- Turizmin olumlu etkisine yönelik değişkenleri daha anlamlı az sayıdaki faktörlere dönüştürmek,
- Her faktörün önem seviyesini tespit etmek,

- Halkın turizme verdiği önemi belirleyebilmek ve bu düşünce kapsamında yörede turizmi geliştirecek önlemlerin alınabilmesine katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Ankete katılanların yaşlarına göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H2: Ankete katılanların cinsiyetine göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H3: Ankete katılanların medeni durumuna göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H4: Ankete katılanların eğitim durumlarına göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H5: Ankete katılanların mesleklerine göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H6: Ankete katılanların, ailelerini hangi gelir grubunda gördüklerine göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H7: Ankete katılanların ailelerinin toplam gelir durumuna göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H8: Ankete katılanların aile gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumuna göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H9: Ankete katılanların yılda çıktığı tatil sayısına göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H10: Ankete katılanların son beş yılda yurt dışı tatiline çıkma durumuna göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

H11: Ankete katılanların Iğdır'ın turizm potansiyelini algılama durumuna göre, Iğdır Halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir.

4.Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Zaman yetersizliği ve maddi imkansızlıklar nedeniyle, araştırmanın Iğdır İli'nin tamamında gerçekleştirilmesi mümkün olmamış ve şehir merkezindeki halk üzerinde pilot bir çalışma yapılmıştır. Araştırmanın sadece Iğdır'ın merkezinde yapılması araştırmanın önemli bir kısıtıdır.

5.Araştırmanın Metodu

Iğdır Halkı'nın turizmi değerlendirmeleri üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacı güden bu çalışma tanımlayıcı olarak planlanmıştır. Verileri elde etmek için, veri toplama yöntemi olarak yüzyüze anket yöntemi seçilmiştir. Anket formu iki grup sorudan oluşturulmuştur. Birinci grup sorular ankete katılan Iğdır Halkı'nın demografik ve bazı davranış özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. İkinci grup sorular ise Ankete katılan Iğdır Halkı'nın turizmin etkilerini algılama seviyesini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın Iğdır İli merkezinde yapılması planlanmıştır. Iğdır İli adrese dayalı nüfus kayıt sistemi 2008 yılı sayım sonuçları Tablo 3.1'de görülmektedir. Iğdır ili merkez nüfusu 75.824 kişidir. Dolayısı ile ana kütle 75.824'tür.

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan formülden yararlanılmıştır. Buna göre ana kütle için uygun olan örneklem büyüklüğünü saptamaya yönelik formül ve hesaplanan örneklem büyüklüğü aşağıda gösterilmektedir.

$$n = \frac{\pi (1 - \pi)}{e / Z^2} = \frac{0,50 \cdot (1 - 0,50)}{0,05 / 1,95^2} = 384$$

Çalışma %95 güven aralığında (Z) ve ±%5 hata payı (e) ve 500.000'den küçük ana kütlede aranacak niteliğin evrendeki sıklığı %50 dir (Kurtuluş, 2004: 191). Diğer bir ifade ile büyük ana kütleler için kabul edilebilir örneklem büyüklüğü olarak

384 yeterli sayılmaktadır (Sekaran, 2003) . Bu doğrultuda örnek büyüklüğü 500 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3.1. Iğdır İli Kent ve Kırsal Nüfusu

Yerleşme	Merkez Nüfusu	Köy Nüfusu	Toplam Nüfus
Iğdır (Merkez)	75 824	46 024	121 848
Aralık	6 361	15 804	22 165
Karakoyunlu	2 432	11 841	14 273
Tuzluca	9 790	15 949	25 739
Toplam	94 407	89 618	184 025

Kaynak: TÜİK, 2008 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

http://report.tuik.gov.tr/reports/rwservlet?adnksdb2=&report=idari_yapi_08sonrasi.RDF&p_il1=76&p_yil=2008&p_dil=1&desformat=html&ENVID=adnksdb2Env/12.09.2009.

Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Bu kapsamda örneklem, ana kütleliyi oluşturan şehir merkezinden belirlenmiş ve toplamda 500 kişi ile anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarının daha güvenilir olmasını sağlamak için, anketler Iğdır şehir merkezinde, sosyo-kültürel açıdan farklı olan 3 ayrı bölgede yapılmıştır. Yapılan anketlerin 466'sı geçerli sayılmıştır. Anketler yüzyüze görüşülerek doldurulmuştur. Araştırmaya katılan kişilerin gönüllülük ilkesi temel alınmış ve kişilerin anket sorularına gerçekçi ve dürüst bir şekilde cevap verdikleri kabul edilmiştir.

5.2. Anket Sorularının Oluşturulması

Anket formu oluşturulurken halkın turizme bakış açısını konu alan yerli ve yabancı literatür taraması yapılmış, odak grup çalışması gerçekleştirilmiş ve daha önce uygulaması yapılmış anket soruları incelenmiştir. Anket sorularının hazırlanmasında literatürden daha önce yapılmış bir çalışmadan da faydalanılmıştır (Karaman,1998).

Araştırma aracı olarak kullanılan Ek-1'de verilen anket formu, açıklayıcı bir önyazı ve 2 bölümden oluşmaktadır. Önyazı da, çalışma hakkında kısa bir bilgi verilmiş ve formu cevaplayacak olan kişilere de kısa bir açıklama yapılmıştır.

Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 15 adet soru bulunmaktadır. Bu bölümde ankete katılanlarla ilgili yaş, cinsiyet, medeni durum, memleket, eğitim

durumu, meslek, kişisel aylık gelir, ailenin toplam aylık geliri, ailenin hangi gelir grubunda olduğu, ailenin aylık toplam geliri tatil yapmak için yeterli mi, yılda kaç defa tatile çıkıldığı, arabanın olup olmadığı, son beş yıl içerisinde tatile çıkılıp çıkılmadığı, Iğdır'ın turizm açısından yeterli olup olmadığı, tatillerini nerede geçirdikleri soruları yer almıştır. İkinci bölümde Iğdır Halkı'nın turizme bakış açısını belirlemeye yönelik 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmış ölçme aracı uygulanmıştır. Her ifade 1'den 5'e kadar kodlanmış beşli likert tipi ölçek üzerinde ifadelere katılma derecesini 'hiç katılmıyorum', 'kısmen katılmıyorum', 'kararsızım', 'kısmen katılıyorum', 'tamamen katılıyorum' seçeneklerinden birini seçerek işaretlemeleri istenen 31 ifade yer almaktadır.

6.Elde Edilen Verilerin Analizi ve Bulgular

Veriler Excel programında kodlanmış, SSPS 15.0 programına aktarılarak analizler yapılmıştır. Ankete katılan deneklerin demografik özellikleri ile ilgili soruların sıklık dağılımı ile testi gerçekleştirilmiştir. Ardından ankete katılanların turizmin etkileri ile ilgili değişkenlere katılma seviyeleri ortalama ve standart sapmaları elde edilmiştir. Ankete katılan deneklerin algıladıkları turizmin etki değişkenleri ile ilgili faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinde verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı belirlendikten sonra faktör analizi ve faktörlerin güvenilirliği belirlenmiştir. Ardından hipotezlerin testi gerçekleştirilerek sonuç ve öneriler sunulmuştur.

6.1.Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3.2' de görüldüğü gibi, ankete katılanların %65,7'si erkek, %34,3 'ü bayandır. Ankete tesadüf katılan deneklerin %36,7'si 20-29 yaş grubunda , %28,3'ü 30-39 yaş grubunda , %14,2'si 40-49 yaş arasında , %9'u 20 yaşından küçük ve %7,7 'si 50-59 yaş grubunda, %4,1'i ise 59 yaşından büyük olduğu görülmektedir. Görüldüğü gibi ankete katılanların büyük çoğunluğu (%65) 20-39 yaş grubundaki kişilerdir.

Tablo 3.2. Ankete katılan Kişilerin Yaş –Cinsiyet Dağılımları

Yaş	Frekans	%
20'den küçük	42	9,0
20-29	171	36,7
30-39	132	28,3
40-49	66	14,2
50-59	36	7,7
59'dan büyük	19	4,1
Toplam	466	100,0
Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	306	65,7
Bayan	160	34,3
Toplam	466	100,0

Tablo 3.3'e bakıldığında, ankete katılanların %53,2'sinin evli, %43,3'ünün bekar, %3,5'inin dul olduğu görülmektedir. Ankete katılan deneklerin büyük çoğunluğunun %78,3'ünün Iğdır'lı, %21,7'sinin de Iğdır ili dışındaki illerden olduğu görülmektedir. Ankete katılan deneklerin %37,3'ünün üniversite, %36,9'unun lise %8,6'sının ortaokul, %8,2'sinin ilkokul, %7,3'ünün okur-yazar, %1,7'sinin lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3. Ankete katılan Kişilerin Medeni Durum, Memleket, Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	Frekans	%
Evli	248	53,2
Bekar	202	43,3
Dul	16	3,5
Toplam	466	100,0
Memleket	Frekans	%
Iğdır	365	78,3
Diğer	101	21,7
Toplam	466	100,0
Eğitim Durumu	Frekans	%
Okur-Yazar	34	7,3
İlkokul	38	8,2
Ortaokul	40	8,6
Lise	172	36,9
Üniversite	174	37,3
Yüksek Lisans-Doktora	8	1,7
Toplam	466	100,0

Tablo 3.4’de görüldüğü gibi ankete katılan kişilerin %24’ü memur, %18,9’u öğrenci, %15,7’si işçi, % 12’si esnaf, sanatkar, %7,3’ü serbest meslek (Avukat-Doktor. v.b) sahibi, %7,3’ü ev hanımı, %5,6’sı emekli, % 3,9’u tüccar, %3’ü işsiz, %2,3’ü çiftci-hayvancılıkla uğraşanlardır.

Tablo 3.4. Ankete Katılanların Kişilerin Meslek Gruplarına göre Dağılımı

Meslek	Frekans	%
İşçi	73	15,7
Memur	112	24,0
Tüccar	18	3,9
Esnaf-Sanatkar	56	12,0
Serbest Meslek (Avukat-Doktor. v. b)	34	7,3
Öğrenci	88	18,9
Emekli	26	5,6
İşsiz	14	3,0
Ev Hanımı	34	7,3
Çiftci -Hayvancı	11	2,3
Toplam	466	100,0

Tablo 3.5’de, ankete katılan kişilerin gelirlerine bakıldığında, %29,8’inin 500 TL ‘den az, %27,3’ünün 501-1000 TL arası, %23,8’inin 1001-1500 TL arası, %11,2’sinin 1501-2000 TL arası, %6,0’ının 2001-3000 TL arası, %1,9 ‘unun 3001 TL ve daha yüksek gelire sahip olduğu görülmektedir. Ankete katılan kişilerin ailelerini %49,1’i orta gelir grubunda, %21,2 ‘i alt gelir grubunda, %19,1’i alt ile orta grup arasında, , %7,7’si ortanın üstü gelir grubunda ve %2,9’u üst gelir grubunda gördüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3.5. Ankete Katılan Kişilerin Aylık Gelir ve Gelir Grubuna Göre Dağılımı

Aylık Gelir	Frekans	%
500 TL den az	139	29,8
501-1000 TL arası	127	27,3
1001-1500 TL arası	111	23,8
1501-2000 TL arası	52	11,2
2001-3000 TL arası	28	6,0
3000 TL den fazla	9	1,9
Toplam	466	100,0
Gelir Grubu	Frekans	%
Alt Gelir Grubu	99	21,2
Alt ile Orta Grup Arası	89	19,1
Orta Gelir Grubu	229	49,1
Ortanın Üstü	36	7,7
Üst Gelir Grubu	13	2,9
Toplam	466	100,0

Tablo 3.6’da, ankete katılan kişilerin ailelerinin aylık gelirine bakıldığında % 30,0’ı 1000-1499 TL arası, % 27,3’ü 500-999 TL arası , % 15,0’ı 1500-1999 TL arası, %7,3 ‘ü 2000-2499 TL arası,%5,8’i 500 TL’den az, % 4,5’i 2500-2999 TL arası, %4,5’i 3000-3499 TL arası, , %2. 4’ü 4000-4449 TL arası, %1,9’u 3500-3999 TL arası ve % 1,3’ü 5000 TL ‘den fazla gelire sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi ankete katılanların ailelerinin büyük çoğunluğu (%63,1) 1500 TL altında aylık gelire sahiptir.

Tablo 3.0. Ankete Katılan Ailelerin Aylık Gelir Düzeyleri

Ailenin Aylık Geliri	Frekans	%
500 TL 'den az	27	5,8
500-999 TL	127	27,3
1000-1499 TL	140	30,0
1500-1999 TL	70	15,0
2000-2499 TL	34	7,3
2500-2999 TL	21	4,5
3000-3499 TL	21	4,5
3500-3999 TL	9	1,9
4000-4449 TL	11	2,4
5000 TL'den fazla	6	1,3
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.7'de görüldüğü gibi , ankete katılanların %40,1'inin bir otomobile sahip ve % 59,9'unun ise otomobil sahibi olmadıkları görülmektedir

Tablo 3.7. Ankete Katılanların Araba Sahipliği Dağılımı

Araba Sahipliği	Frekans	%
Evet-var	187	40,1
Hayır-Yok	279	59,9
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.8 de görüldüğü gibi, ankete katılanların % 70'i aile gelirlerini tatile çıkmak için yetersiz ve %30 'u ise aile gelirlerinin tatile çıkmak için yeterli olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3.8. Ankete Katılanların Ailelerinin Aylık Gelirinin Tatil Yapılması için Yeterli Olma Durumuna Göre Dağılımı

Ailenin Aylık Toplam Gelirinin Tatil Yapmaya Yeterliliği	Frekans	%
Evet- Yeterli	140	30,0
Hayır-Yetersiz	326	70,0
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.9 'da görüldüğü gibi ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 54,9) hiç tatile çıkmadıklarını, %38,6'sı yılda bir defa ve %6,4 'ü yılda bir defadan fazla tatile çıktıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.9. Ankete Katılanların Bir Yılda Çıktıkları Tatil Sayısına Göre Dağılımı

Bir Yılda Tatile Çıkma Sayısı	Frekans	%
Hiç çıkmıyorum	256	54,9
Yılda bir defa	180	38,6
Yılda iki defa	22	4,7
Yılda iki defadan fazla	8	1,7
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.10 'da görüldüğü gibi, ankete katılanların son beş yıl içerisinde yurt dışına tatile çıkıp çıkmadıklarına bakıldığında %83,7'si son beş yılda yurt dışına tatile çıkmadığını , %16,3'ü ise son beş yıl içerisinde yurt dışına tatile çıktıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.10. Ankete Katılanların Son Beş Yılda Yurtdışında Tatile Çıkma Durumuna Göre Dağılımı

Son Beş Yıl İçerisinde Yurt Dışında Tatile Çıkılması	Frekans	%
Evet-çıktım	76	16,3
Hayır-çıkmadım	390	83,7
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.11'de görüldüğü gibi, ankete katılanların büyük bir çoğunluğu (%92,1) Iğdır'ı turizm açısından yetersiz buna karşılık %7,9'u ise yeterli olduğunu düşünmektedirler.

Tablo 3.11. Ankete Katılanların Iğdır İlini Turizm Açısından Yeterli Görme Durumlarına Göre Dağılımı

Iğdır'ın Turizm Açısından Yeterliliği	Frekans	%
Evet-yeterli	37	7,9
Hayır-yetersiz	429	92,1
TOPLAM	466	100,0

Tablo 3.12 de görüldüğü gibi ankete katılanların %32,8'i tatilini evde, %26,6 'sı akraba -arkadaş yanında, %14,8 köyde, %12,9 'u turistik tesiste, %6,9'u yazlıkta , %3,0'ı yurt dışında ve %3'ü ise bir kamu tesisinde geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3.12. Ankete Katılanların Tatili Geçirdikleri Yere Göre Dağılımı

Tatilinizi Nerede Geçiriyorsunuz?	Frekans	%
Evde	153	32,8
Akraba-Arkadaş Yanında	124	26,6
Turistik Tesiste	60	12,9
Yazlıkta	32	6,9
Köyde	69	14,8
Yurt Dışında	14	3,0
Kamu Tesisinde	14	3,0
TOPLAM	466	100,0

6.2. Ankete Katılanların Turizmi Değerlendirme Kriterlerine Katılma Seviyeleri Toplam Puan Ortalamaları

Ölçeğin güvenilirliği için kullanılan (Cronbach's alpha) değeri 0,6361 olarak belirlenmiştir. Güvenilir bir değer belirlenmesi sebebiyle alfa katsayısına göre içsel tutarlığın sağlandığı kabul edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçekte alınabilecek maksimum puan 155 puandır. Ölçekten alınabilecek olan minimum puan ise 31 puandır. Tablo 3.13'de görüldüğü gibi araştırma kapsamında ankete katılanların turizm etkilerini algılama ölçeği genel ortalaması $141,538 \pm 26,2285$ 'dir. Ankete cevap veren kişilerin turizmin olumlu etkilerini algılamasını belirlemeye yönelik 31 ifadeden oluşan ölçekten maksimum puana yakın bir puan aldıkları için, turizmin olumlu etki kriterlerine katıldıkları söylenebilir.

Tablo 3.13. Ankete Katılanların Turizm Etkilerine Katılma Ortalama ve Standart Sapmaları

Sorular	Ortalama (x)	Standart Sapma (s)
1. Turizm eğitim seviyesinin yükselmesine yol açar.	4,525	,9184
2. Turizm ilimizin dışa açılmasını sağlar	4,725	,7227
3. Turizm yabancı dil öğrenme isteğini artırır.	4,744	,6301
4. Turizm kırsal bölgelerin kentleşme olgusunu hızlandır	4,573	,8322
5. Turizm bölgede fiyat yükselmelerine neden olur.	4,510	,9326
6. Turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur.	4,826	,5183
7. Turizm farklı kültürlerin tanınmasında bir köprü görevi üstlenir.	4,695	,7255
8. Turizm yörenin ekonomisinin canlanmasına neden olur.	4,847	,4733
9. Turizm önemli bir gelir kaynağıdır.	4,802	,5365
10. Turizm istihdam olanağı yaratır.	4,598	,8164
11. Turizm halkın gelir düzeyini artırır.	4,562	,8560
12. Turizm halkın yaşam kalitesini yükseltir.	4,495	,9622
13. Turizm yeni turistik tesisler yapılmasını sağlar.	4,774	,6141
14. Turizm bölgede turizm sektörünün gelişmesine neden olur.	4,779	,6496
15. Turizm tarihi-kültürel dokunun korunmasına yardımcı olur.	4,598	,9039
16. Turizm bölgenin tanıtımına katkı sağlar	4,851	,4467
17. Turizm halkın çevreyi daha da temiz tutmasına neden olur.	4,188	1,2644
18. Turizm çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar.	4,527	,9276
19. Turizm doğanın korunmasına destek olur.	4,160	1,2295
20. Turizm ulaşım imkanlarının gelişmesini sağlar.	4,706	,7135
21. Turizm, devletin yöreye yol,demiryolu,havayolu gibi altyapı yatırımları yapmasını sağlar.	4,620	,8747
22. Turizm bölgede diğer ticari ve sanayi faaliyetlerin gelişmesini sağlar.	4,532	,9111
23. Turizm, bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olan etkidir.	4,454	1,0049
24. Turizm iç ve dış ticareti canlandırır.	4,755	,6224
25. Turizm, inşaat, mobilya, hediyelik eşya gibi sektörlerin gelişmesini sağlar.	4,613	,8557
26. Turizm insanları birbirine yakınlaştırır.	4,414	1,0525
27. Turizm haberleşme olanaklarının gelişmesini sağlar.	4,512	,9509
28. Turizm, döviz girdisi sağlar.	4,862	,5777
29. Turizm dünya barışına katkı sağlar.	4,244	1,1714
30. Turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir.	3,588	1,4684
31. Turizm halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duymasına neden olur.	4,459	1,0653
Genel Ortalama	141,538	26,2285

6.3.Faktör Analizi

Anket verilerinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirmek için Barlett Küresellik testi ve Kaiser-Meyer –Olkin (KMO) Örneklem yeterliliği testleri uygulanmıştır.

Araştırmada 31 değişkenden oluşan anket formuna faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan Anti İmaj Korelasyon sonucunda faktör yükü 0,50 değerinin altında olan 16 değişken analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar edilmiştir. Bir adet değişken faktör analizinde oluşan faktörlerden birinin güvenilirliğini arttırdığından ve 1 faktörün cronbach alfa katsayısı 0,60'dan düşük olduğundan faktörü oluşturan 2 adet değişken olmak üzere toplamda 3 adet değişken analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar edilmiştir. Faktör analizinde KMO oranının (0,5)'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir denilebilir (Kalaycı, 2006:322). Araştırmada KMO değeri 0,871 çıktığı için veriler faktör analizine uygun bulunmuştur.

Tablo 3.14. KMO ve Barlett's Test

Kaiser-Meyer –Olkin Measure of Sample Adequacy	,871
Barlett's Test of Sphericity	3296,815
df.	406
Sig	,000

Tablo 3.15'de özdeğerlerin nispi değerleri görülmektedir. Rotasyon uygulanacak faktör sayısını belirlemede özdeğeri 1 ve üzerinde olan faktörler dikkate alınmıştır. Toplam varyansın % 51,679'u kümülatif yüzdelere bakıldığında 3 faktör tarafından açıklanmaktadır. Dolayısıyla faktör analizi ilk 3 faktörle sınırlandırılmıştır.

Tablo 3.15.Faktör Sayısı ve Açıklanan Varyans Yüzdesi

Faktör Numaraları	Toplam Özdeğer (Eigenvalues)	% Varyans	Kümülatif Varyans
1	3,462	19,709	19,709
2	1,632	16,748	36,456
3	1,117	15,223	51,679
4	0,848		
5	0,829		
6	0,724		
7	0,693		
8	0,630		
9	0,592		
10	0,526		
11	0,497		
12	0,459		

Extraction Method: Principal Component Analysis

Genelde dikey ve yatay yöntemler şeklinde iki gruba ayrılan rotasyon yöntemleri Varimax, Equamax, Promax ve Quartimax yöntemlerinden ibarettir. Burada en yaygın olarak kullanılan yöntem olan Varimax yöntemi kullanılmıştır. Çünkü Varimax yöntemi olmadan faktör skor katsayılarına ulaşmak mümkün değildir (Nakip, 2003:413). Araştırmanın anket sorularına uygulanan faktör analizi için varimax rotasyonu kullanılmıştır. Bu iterasyon sonucunda 12 değişken 3 faktör altında toplanmıştır.

Tablo 3.16’da görüldüğü gibi, yapılan faktör analizi sonuçlarına göre; “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” bilinci olarak adlandırılan birinci faktör; turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir, turizm dünya barışına katkı sağlar, turizm halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duymasına neden olur, turizm insanları birbirine yakınlaştırır, turizm bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olan etkidir, olmak üzere beş değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 3,462 ve açıklanan varyansları %19,709’dur. Bu ifadelerin sonucu olarak Iğdır Halkı’nın turizmin dünya barışına ve ulusal ve kültürel değerlere sahip çıkmasına katkısı bilinci ortaya çıkmaktadır.

“Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” olarak adlandırılan ikinci faktör, turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur, turizm yörenin ekonomisinin canlanmasına neden olur, turizm ilimizin dışa açılmasını sağlar, turizm yeni turistik

tesisler yapılmasını sağlar, olmak üzere dört değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 1,632 ve açıklanan varyansları %16,748'dir. Halkın turizmin yöreyi ekonomik anlamda geliştirdiği görüşüne katıldıklarını ifade etmektedir.

Tablo 3.16. Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans (%)	Cronbach Alfa
Turizmin Sosyal ve Kültürel Katkısı		3,462	28,846	28,846	0,711
Turizm, dünya barışına katkı sağlar.	0,761				
Turizm insanları birbirine yakınlştırır.	0,722				
Turizm bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olan etkidir.	0,722				
Turizm halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duymasına neden olur.	0,720				
Turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir.	0,709				
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı		1,632	13,525	42,371	0,637
Turizm ilimizin dışa açılmasını sağlar.	0,809				
Turizm yeni turistik tesisler yapılmasını sağlar.	0,755				
Turizm yörenin ekonomisinin canlanmasına neden olur.	0,753				
Turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur.	0,683				
Turizmin Doğaya ve Çevreye Katkısı		1,117	9,307	51,679	0,636
Turizm doğanın korunmasına destek olur.	0,747				
Turizm çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar.	0,732				
Turizm halkın çevreyi daha da temiz tutmasına neden olur.	0,685				
Faktörlerin Cronbach Alfa Ortalaması					0,661

Tablo 3.16’da görüldüğü gibi, “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” olarak adlandırılan üçüncü faktör, turizm halkın çevreyi daha da temiz tutmasına neden olur, turizm çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar, turizm doğanın korunmasına destek olur, olmak üzere üç değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 1,117 ve açıklanan varyansları %15,223’dür. Bu ifadeden halkın turizmin çevreyi güzelleştirdiği ve koruduğu düşüncesinde olduğu anlaşılmaktadır.

6.4.Hipotezlerin Testi

6.4.1.Ankete Katılanların Yaş Gruplarına Göre, Iğdır Halkı’nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılamaları Farklılık Gösterir

Tablo 3.17’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yaş gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,101; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişime katkısı alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yaş gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,561; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yaş gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,734; p>0.05$).

Tablo 3.17. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yaşı Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hata	F	p
Turizmin Sosyal ve Kültürel Katkısı	20'den küçük	42	4,157	0,841	0,130	1,101	0,359
	20-29 arası	171	4,228	0,863	0,066		
	30-39 arası	132	4,376	0,673	0,059		
	40-49 arası	66	4,267	0,806	0,099		
	50-59 arası	36	4,294	0,851	0,142		
	59'dan büyük	19	4,526	0,604	0,139		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	20'den küçük	42	4,744	0,457	0,071	0,561	0,730
	20-29 arası	171	4,781	0,429	0,033		
	30-39 arası	132	4,820	0,340	0,030		
	40-49 arası	66	4,769	0,414	0,051		
	50-59 arası	36	4,868	0,243	0,040		
	59'dan büyük	19	4,776	0,697	0,160		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	20'den küçük	42	4,095	0,932	0,144	1,734	0,125
	20-29 arası	171	4,244	0,908	0,069		
	30-39 arası	132	4,268	0,911	0,079		
	40-49 arası	66	4,369	0,831	0,102		
	50-59 arası	36	4,583	0,474	0,079		
	59'dan büyük	19	4,526	0,826	0,190		

Yapılan analiz sonuçlarına göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, “Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı ” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” açısından halkın yaş gruplarına göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların yaşlarına göre, Iğdır Halkı'nın turizm olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 1.Hipotez doğrulanmamıştır.

6.4.2. Ankete Katılanların Cinsiyetine Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.18'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t= 0,099$; $p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t = -0,788; p > 0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t = 0,610; p > 0.05$).

Tablo 3.18. Yerel Halkın Turizm Olumlu Etkilerinin Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Cinsiyeti Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Erkek	306	4,289	0,810	0,099	0,921
	Bayan	160	4,281	0,762		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Erkek	306	4,783	0,426	-0,788	0,431
	Bayan	160	4,814	0,372		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Erkek	306	4,310	0,872	0,610	0,542
	Bayan	160	4,258	0,884		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” açısından halkın cinsiyetine göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılır.

“ Ankete katılanların cinsiyetine göre, Iğdır Halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 2.Hipotez doğrulanmamıştır.

6.4.3. Ankete Katılanların Medeni Durumuna Göre, Iğdır Halkı’nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.19’da görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, grupların ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F = 3,815; p < 0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, grupların ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,847; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, grupların ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 2,071; p>0.05$).

Tablo 3.19. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Medeni Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hat a	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Evli	248	4,38 1	0,69 7	0,044	3,81 5	0,02 3
	Bekar	202	4,17 6	0,89 2	0,063		
	Dul	16	4,21 3	0,73 6	0,184		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Evli	248	4,82 4	0,34 1	0,022	1,84 7	0,15 9
	Bekar	202	4,76 6	0,44 3	0,031		
	Dul	16	4,67 2	0,76 2	0,191		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Evli	248	4,37 0	0,81 3	0,052	2,07 1	0,12 7
	Bekar	202	4,20 3	0,95 4	0,067		
	Dul	16	4,22 9	0,67 5	0,169		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” faktörü açısından halkın medeni durumuna göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların medeni durumuna göre, yerel halkın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 3.Hipotez 1.faktör açısından doğrulanmıştır.

6.4.4. Ankete Katılanların Eğitim Durumlarına Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.20'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, eğitim durumu gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F= 4,949; p<0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, eğitim durumu gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,934; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, eğitim durumu gruplarının ortalamaları arasındaki fark bulunmamıştır ($F= 1,584; p>0.05$).

Tablo 3.20. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Okur-yazar	34	4,318	0,603	4,949	0,001
	İlkokul	38	4,411	0,713		
	Ortaokul	40	4,555	0,614		
	Lise	172	4,392	0,707		
	Üniversite ve üstü	182	4,096	0,909		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Okur-yazar	34	4,684	0,548	0,934	0,444
	İlkokul	38	4,816	0,322		
	Ortaokul	40	4,750	0,456		
	Lise	172	4,820	0,348		
	Üniversite ve üstü	182	4,794	0,435		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Okur-yazar	34	4,549	0,778	1,584	0,177
	İlkokul	38	4,289	0,975		
	Ortaokul	40	4,392	0,791		
	Lise	172	4,329	0,808		
	Üniversite ve üstü	182	4,189	0,940		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, faktörü açısından halkın eğitim durumuna göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların eğitim durumuna göre, yerel halkın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 4.Hipotez 1.faktör açısından doğrulanmıştır.

6.4.5. Ankete Katılanların Mesleklerine Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.21'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, meslek gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,610; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, meslek gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,420; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, meslek gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,512; p>0.05$).

Tablo 3.21. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Meslekleri Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hata	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	İşçi	73	4,241	0,821	0,096	1,610	0,110
	Memur	112	4,188	0,884	0,084		
	Tüccar	18	4,233	0,835	0,197		
	Esnaf-Sanatkar	56	4,300	0,844	0,113		
	Serbest meslek-avukat-doktor	34	4,565	0,620	0,106		
	Çiftçi-hayvancı	11	4,655	0,347	0,105		
	Ev hanımı	34	4,359	0,687	0,118		
	Öğrenci	88	4,173	0,791	0,084		
	Emekli	26	4,423	0,680	0,133		
	İşsiz	14	4,643	0,352	0,094		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	İşçi	73	4,692	0,469	0,055	1,420	0,177
	Memur	112	4,783	0,428	0,040		
	Tüccar	18	4,736	0,415	0,098		
	Esnaf-Sanatkar	56	4,848	0,260	0,035		
	Serbest meslek-avukat-doktor	34	4,919	0,202	0,035		
	Çiftçi-hayvancı	11	4,841	0,358	0,108		
	Ev hanımı	34	4,706	0,595	0,102		
	Öğrenci	88	4,810	0,429	0,046		
	Emekli	26	4,865	0,257	0,050		
	İşsiz	14	4,893	0,213	0,057		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	İşçi	73	4,306	0,846	0,099	1,512	0,141
	Memur	112	4,378	0,835	0,079		
	Tüccar	18	4,000	1,048	0,247		
	Esnaf-Sanatkar	56	4,339	0,704	0,094		
	Serbest meslek-avukat-doktor	34	4,176	1,016	0,174		
	Çiftçi-hayvancı	11	4,485	0,603	0,182		
	Ev hanımı	34	4,294	0,871	0,149		
	Öğrenci	88	4,091	1,009	0,108		
	Emekli	26	4,577	0,670	0,131		
	İşsiz	14	4,595	0,808	0,216		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörleri açısından halkın meslek durumuna göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılır.

“İğdir Halkı’nın mesleklerine göre, İğdir halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 5.Hipotez doğrulanmamıştır.

6.4.6.Ankete Katılanların Ailelerini Hangi Gelir Grubunda Gördüklerine Göre, İğdir Halkı’nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.22’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının, ailelerini hangi gelir grubunda gördüklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile gelir gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,143; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının, ailelerini hangi gelir grubunda gördüklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile gelir gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,717; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının, ailelerini hangi gelir grubunda gördüklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile gelir gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,146; p>0.05$).

Tablo 3.22. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Ailelerini Hangi Gelir Grubunda Gördükleri Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Alt Gelir grubu	99	4,248	0,843	0,143	0,966
	Alt ile Orta grup arası	89	4,321	0,663		
	Orta gelir grubu	229	4,294	0,802		
	Ortanın ustü	36	4,283	0,841		
	Üst gelir grubu	13	4,200	1,023		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Alt Gelir grubu	99	4,755	0,483	0,717	0,580
	Alt ile Orta grup arası	89	4,801	0,360		
	Orta gelir grubu	229	4,793	0,416		
	Ortanın ustü	36	4,889	0,242		
	Üst gelir grubu	13	4,788	0,304		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Alt Gelir grubu	99	4,266	0,907	1,146	0,334
	Alt ile Orta grup arası	89	4,401	0,776		
	Orta gelir grubu	229	4,309	0,857		
	Ortanın ustü	36	4,065	1,041		
	Üst gelir grubu	13	4,103	1,075		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörleri açısından halkın gelir grubuna göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların ailelerini hangi gelir grubunda gördüklerine göre, Iğdır halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 6.Hipotez doğrulanmamıştır.

6.4.7. Ankete Katılanların Ailelerinin Toplam Gelir Durumuna Göre, Iğdır Halkı’nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.23’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının aile aylık toplam geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile aylık toplam geliri gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,829$; $p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının aile aylık toplam geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile aylık toplam geliri gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,562; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının aile aylık toplam geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, aile aylık toplam geliri gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,295; p>0.05$).

Tablo 3.23 Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Ailelerinin Aylık Toplam Geliri Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hat a	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	500 TL'den az	27	4,341	0,760	0,146	0,829	0,564
	500-999 TL arası	127	4,235	0,783	0,069		
	1000-1499 TL arası	140	4,370	0,738	0,062		
	1500-1999 TL arası	70	4,366	0,819	0,098		
	2000-2499 TL arası	34	4,200	0,797	0,137		
	2500-2999 TL arası	21	4,238	0,948	0,207		
	3000-3499 TL arası	21	4,152	0,824	0,180		
	3500 TL üstü	26	4,077	0,938	0,184		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	500 TL'den az	27	4,741	0,618	0,119	0,562	0,787
	500-999 TL arası	127	4,762	0,406	0,036		
	1000-1499 TL arası	140	4,814	0,373	0,031		
	1500-1999 TL arası	70	4,818	0,346	0,041		
	2000-2499 TL arası	34	4,831	0,407	0,070		
	2500-2999 TL arası	21	4,845	0,391	0,085		
	3000-3499 TL arası	21	4,833	0,310	0,068		
	3500 TL üstü	26	4,702	0,570	0,112		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	500 TL'den az	27	4,074	1,103	0,212	1,295	0,251
	500-999 TL arası	127	4,391	0,743	0,066		
	1000-1499 TL arası	140	4,326	0,883	0,075		
	1500-1999 TL arası	70	4,205	0,953	0,114		
	2000-2499 TL arası	34	4,382	0,788	0,135		
	2500-2999 TL arası	21	4,444	0,718	0,157		
	3000-3499 TL arası	21	3,984	1,077	0,235		
	3500 TL üstü	26	4,103	0,960	0,188		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı”, “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörleri açısından ailenin toplam gelir durumuna göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların ailenin toplam gelir durumuna göre, Iğdır halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 7.Hipotez doğrulanmamıştır.

6.4.8. Ankete Katılanların Toplam Aile Gelirinin Tatil Yapmaya Elverişliliği Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.24'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının aile toplam gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t = -2,185$; $p < 0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının aile toplam gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t = -0,144$; $p > 0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının aile toplam gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t = -2,276$; $p < 0.05$).

Tablo 3.24. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Toplam Aile Gelirinin Tatil Yapmaya Elverişliliği Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Evet-Yeterli	140	4,164	0,894	-2,185	0,029
	Hayır-Yetersiz	326	4,339	0,741		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Evet-Yeterli	140	4,789	0,434	-0,144	0,885
	Hayır-Yetersiz	326	4,795	0,397		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Evet-Yeterli	140	4,152	0,909	-2,276	0,023
	Hayır-Yetersiz	326	4,353	0,855		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” ile “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörleri açısından, ankete katılanların gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumuna göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların gelirinin tatil yapmaya elverişliliği durumuna göre, Iğdır halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 8.Hipotez 1 ve 3 . faktör açısından doğrulanmıştır

6.4.9.Ankete Katılanların Yılda Çıktığı Tatil Sayısına Göre, Iğdır Halkı’nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.25’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının yılda çıkılan tatil sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yılda çıkılan tatil sayısı gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 1,646$; $p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının yılda çıkılan tatil sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yılda çıkılan tatil sayısı gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,382$; $p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının yılda çıkılan tatil sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, yılda çıkılan tatil sayısı gruplarının ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F= 3,516; p<0.05$).

Tablo 3.25. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yılda Çıktığı Tatil Sayısı Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hat a	F	p
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Hiç çıkmıyorum	256	4,338	0,757	0,047	1,646	0,194
	Yılda bir defa	180	4,243	0,814	0,061		
	Yılda iki defa ve fazla	30	4,100	0,944	0,172		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Hiç çıkmıyorum	256	4,804	0,401	0,025	0,382	0,683
	Yılda bir defa	180	4,774	0,432	0,032		
	Yılda iki defa ve fazla	30	4,825	0,316	0,058		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Hiç çıkmıyorum	256	4,333	0,858	0,054	3,516	0,031
	Yılda bir defa	180	4,302	0,850	0,063		
	Yılda iki defa ve fazla	30	3,889	1,084	0,198		

Analiz sonucuna göre, “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörü açısından, ankete katılanların yılda çıktığı tatil sayısına göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların yılda çıktığı tatil sayısına göre, Iğdır halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 9.Hipotez 3.faktör açısından doğrulanmıştır

6.4.10. Ankete Katılanların Son Beş Yılda Yurt Dışı Tatiline Çıkma Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.26'da görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının son beş yılda yurt dışına tatile çıkma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t = -0,088$; $p > 0,05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının son beş yılda yurt dışına tatile çıkma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t = 1,291$; $p > 0,05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının son beş yılda yurt dışına tatile çıkma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t = -2,288$; $p < 0,05$).

Tablo 3.26. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Son Beş Yılda Yurt Dışına Tatile Çıkma Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Turizmin Sosyal Ve Kültürel Katkısı	Evet çıktım	76	4,279	0,860	-0,088	0,930
	Hayır çıkmadım	390	4,288	0,780		
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Evet çıktım	76	4,849	0,316	1,291	0,197
	Hayır çıkmadım	390	4,783	0,423		
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Evet çıktım	76	4,083	1,142	-2,288	0,023
	Hayır çıkmadım	390	4,333	0,809		

Analiz sonucuna göre, “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörü açısından ankete katılanların son beş yılda yurt dışı tatiline çıkma durumuna göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların son beş yılda yurt dışı tatiline çıkma durumuna göre, Iğdır halkı'nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 10.Hipotez 3. faktör açısından doğrulanmıştır

6.4.11.Ankete Katılanların Iğdır'ın Turizm Potansiyelini Algılama Durumuna Göre, Iğdır Halkı'nın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılaması Farklılık Gösterir

Tablo 3.27'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların turizmin sosyal ve kültürel katkısı alt boyutu puanlarının, Iğdır'ın turizm açısından yeterli olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t= 2,610; p<0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin ekonomik gelişmeye katkısı alt boyutu puanlarının Iğdır'ın turizm açısından yeterli olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t= -0,360; p>0.05$).

Araştırmaya katılanların turizmin doğaya ve çevreye katkısı alt boyutu puanlarının Iğdır'ın turizm açısından yeterli olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t= 2,862; p<0.05$).

Tablo 3.27. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Iğdır’ın Turizm Açısından Yeterli Olma Durumu Düşüncesi Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Turizmin sosyal ve kültürel katkısı	Evet -yeterli	37	4,611	0,512	2,610	0,009
	Hayır-yetersiz	429	4,258	0,807		
Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı	Evet -yeterli	37	4,770	0,439	-0,360	0,719
	Hayır-yetersiz	429	4,795	0,406		
Turizmin doğaya ve çevreye katkısı	Evet -yeterli	37	4,685	0,643	2,862	0,004
	Hayır-yetersiz	429	4,259	0,885		

Analiz sonucuna göre, “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” ve “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” faktörleri açısından ankete katılanların Iğdır’ın turizm potansiyelini algılama durumuna göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılır.

“Ankete katılanların Iğdır’ın turizm potansiyelini algılama durumuna göre, Iğdır halkı’nın turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” biçimindeki 11.Hipotez 1 ve 3. faktör açısından doğrulanmıştır

6.5.Faktör ile Ölçek Toplam Puan Korelasyonu

Tablo 3.28’de görüldüğü gibi, “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” alt boyutundan alınan puanlarla “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. ($R=0,317$; $p<0.05$)

“Turizmin doğaya ve çevreye katkısı” alt boyutundan alınan puanlarla “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($R=0,451$; $p<0.05$). En yüksek korelasyon bu iki faktör arasında bulunmuştur.

“Turizmin doğaya ve çevreye katkısı” alt boyutundan alınan puanlarla “turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. ($R=0,221$; $p<0.05$)

Tablo 3.28. Yerel Halkın Turizmin Olumlu Etkilerini Algılama Ölçeği Alt Boyutlarının Aralarındaki İlişkiler

Boyutlar	Boyut	N	r	P
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı	Turizmin sosyal ve kültürel katkısı	466	0,317	0,000
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Turizmin sosyal ve kültürel katkısı	466	0,451	0,000
Turizmin Doğaya Ve Çevreye Katkısı	Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı	466	0,221	0,000

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yerel halkın turizmin olumlu etkilerini algılamasına yönelik yapılan araştırma neticesinde, turizmin olumlu etkilerinin çeşitli boyutlarının olduğu gözlemlenmiştir.

- Araştırma kapsamına alınan Iğdır halkının, *turizmin sosyal ve kültürel katkısı* faktörünü yani boyutunu oluşturan; turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir, dünya barışına katkı sağlar, halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duyulmasına neden olur, insanları birbirine yaklaştırır, bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olur, kriterlerini algılamaları olumludur diğer ifadeyle, bu kriterlere katıldıkları gözlemlenmiştir.

- *Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı* boyutunu oluşturan; turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur, yörenin ekonomisinin gelişmesine neden olur, ilin dışa açılmasını sağlar, yeni turistik tesisler yapılmasını sağlar, kriterlerini ankete katılan deneklerin algılamaları genel olarak olumlu yani bu kriterlere katıldıkları görülmüştür.

- Iğdır halkının, *turizmin doğaya ve çevreye katkısı* boyutunu oluşturan, turizm halkın çevreyi daha temiz tutmasına neden olur, çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar, doğanın korunmasına destek olur, kriterlerini algılamalarının olumlu olduğu yani söz konusu kriterlere katıldıkları gözlemlenmiştir.

Iğdır halkının turizmin olumlu etki kriterlerine katılmasının halkın demografik ve davranış özelliklerinden kaynaklanan yönlerinin de bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında yerel halkın demografik ve davranış özellikleri ve bunlarla ilişkili olarak oluşturulan hipotezlerle bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Veriler, hipotezlerde belirtilen ilişkilerin bir kısmını desteklemiştir.

Araştırmada, onbir hipotez test edilmiştir. Sonuç olarak; medeni durum, eğitim durumu, aile gelirinin tatil yapmaya elverişliliği, yılda çıkılan tatil sayısı, son

beş yılda yurt dışına tatile çıkma gibi profil ve davranış özelliklerinin; yerel halkın turizmin etki kriterlerini algılamalarını etkilediği görülmüştür.

Araştırma hipotezlerinin testi gerçekleştirilmiş, “ankete katılanların yaşına göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 1. hipotez ve “ankete katılanların cinsiyetine göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 2. hipotez doğrulanmamıştır. Diğer bir ifade ile, farklı yaşlardaki ve farklı cinsiyetlerdeki katılımcıların turizmin olumlu etkilerini algılaması yani katılma seviyeleri farklılık göstermemektedir.

“Ankete katılanların medeni durumuna göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 3. Hipotez ve “ankete katılanların eğitim durumuna göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 4. hipotez, 1.faktör olan “*turizmin sosyal ve kültürel katkısı*” faktörü için doğrulanmıştır. Ankete katılanların medeni durumu ve eğitim seviyeleri turizmin sosyal ve kültürel katkısını algılama düzeylerini yani katılma seviyelerini farklılaştırmaktadır.

“Ankete katılanların mesleklerine göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 5. hipotez ve “ankete katılanların gelir gruplarına göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 6. hipotez ile “ankete katılanların ailelerinin toplam gelirine göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 7. hipotez doğrulanmamıştır. Diğer bir ifade ile, farklı mesleklerdeki, farklı kişisel gelir ve farklı aile gelirine sahip katılımcıların turizmin olumlu etkilerini algılaması yani katılma seviyeleri farklılık göstermemektedir.

“Ankete katılanların toplam aile gelirinin tatil yapmaya yeterliliğine göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 8. Hipotez, 1.faktör olan “*turizmin sosyal ve kültürel katkısı*” ve 3.faktör olan “*turizmin doğaya ve çevreye katkısı*” faktörleri için doğrulanmıştır. Ankete katılanlardan, aile gelirleri tatil yapmaya elverişli olanlarla olmayanların; turizmin sosyal ve kültürel katkısı ve turizmin doğaya ve çevreye katkısı boyutlarını algılama düzeyi farklıdır.

“Ankete katılanların bir yıl içinde çıktığı tatil sayısına göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 9. Hipotez ile “ankete katılanların son beş yılda yurtdışı tatiline çıkma durumuna göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 10. Hipotez, 3.faktör olan “*turizmin doğaya ve çevreye katkısı*” faktörü için doğrulanmıştır. Katılımcılardan bir yıl içinde tatile çıkma sayıları ile son beş yılda yurt dışına tatile çıkanlarla çıkmayanların, turizmin doğaya ve çevreye katkısını algılama düzeyleri yani farklıdır.

“Ankete katılanların Iğdır’ın turizm potansiyelini algılama durumuna göre, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılaması farklılık gösterir” şeklindeki 11. Hipotez, 1.faktör olan “*turizmin sosyal ve kültürel katkısı*” ve 3.faktör olan “*turizmin doğaya ve çevreye katkısı*” faktörleri için doğrulanmıştır. Ankete katılan deneklerin, Iğdır’ın turizm potansiyelini yeterli görenlerle görmeyenlerin, turizmin sosyal ve kültürel katkısı ile turizmin doğaya ve çevreye katkısını algılama yani katılma seviyeleri farklıdır.

Araştırma kapsamına alınanların turizm davranış özellikleri içerisinde, oluşturulan hipotezlerle bağlantılı olanlarına bakıldığında:

Araştırmada ankete katılanların %54,9’unun hiç tatil yapmadığı, %83,7’sinin son beş yıl içerisinde yurt dışında tatile çıkmadığı görülmektedir. Turizmin bir yörede geliştirilmesinin sağlanması açısından, yerel halkın turistlerle olumlu ilişkiler geliştirmesi önemlidir. Iğdır halkının turist olarak sınır komşularına günü birlik veya kısa süreli düzenlenecek turlarla turistik aktivitelere katılımının özendirilmesi, teşvik edilmesi; Iğdır’ın sınır komşuları ile turizmin karşılıklı geliştirilmesini, yerel halkın uluslararası turizm olgusunu yaşamalarını ve yerel halkın yöreye gelecek olan turistlere gönüllü yardımsever davranışlar göstermesini geliştirebileceği söylenebilir.

Ankete katılanların % 92,1’inin Iğdır’ın turizm açısından yetersiz olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, yörenin sahip olduğu değerlerin yeterince tanıtılmamış ve yeterli yatırımların yapılmamış olmasıdır. Iğdır yöresinde zengin bir turizm potansiyeli bulunmasına rağmen, bu potansiyelin iyi değerlendirilemediği ve turizm faaliyetlerinin henüz yeterli düzeyde bir gelişme göstermediği söylenebilir.

Turizm, ülkelere önemli döviz girdisi sağlayan, istihdam sorunlarının çözümü için önem arz eden, ülke ekonomilerini canlandıran çok önemli bir sektördür. Devletler bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmak, yörenin ekonomisini canlandırmak için her yörenin turizm değerlerini ön plana çıkararak yörenin geliştirilmesini istemektedirler.

Turizm potansiyeline sahip bir yerde turizm gelişimi için doğal ve kültürel çevreden başka buralarda yaşayan yerel halkın turizme bakış açısı da çok önemli bir rol oynamaktadır. Yerel halkın turizmin gelişmesine katkıda bulunmasını sağlayabilmek için, onların turizm gelişmesine karşı tutumlarının ve bu tutumları etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Turizm araştırmacıları yerel halkın turizme desteğini ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sonuçlara göre şekilleneceği kanaatindeyler. Bir başka anlamda eğer, yerel halk turizmin farklı etki alanlarındaki sonuçlarının olumlu taraflarının olumsuz yönlerinden daha fazla olacağı fikrine sahip olursa turizm gelişim sürecine dahil olacaklar ve turizme katkı sağlayacaklardır. Bu sebeple, araştırma kapsamına alınanların genel olarak, turizmin olumlu etkilerini algılama yani benimseme seviye puanları hesaplanmıştır. Sonuç, Iğdır halkının turizmin olumlu etki kriterlerine genel olarak katıldıkları biçiminde yorumlanabilir.

Turizmin olumlu etki kriterleri ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 155 olup, araştırma kapsamındaki yerel halkın aldığı toplam ortalama puan 141.538 ± 26.2285 (% 91) olarak tespit edilmiştir. Bu durum, Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini algılama yani katılma düzeyinin yüksek olduğu diğer bir ifadeyle, turizmin olumlu etki kriterlerini benimsediğini göstermektedir. Dolayısıyla, yerel halk turizmin önemini farkındadır ve bölgede turizmin gelişimine yönelik yapılacak yatırımları destekleyeceklerdir, görüşüne varılabilir.

Iğdır halkının turizmin olumlu etkilerini ve dolayısıyla turizmi algılamalarının olumlu olması yani turizmin olumlu etki kriterlerine katılmaları çok önemlidir. Bu sonuç, ülke ekonomisi için önemli olan turizmin bir yörede uygulanabilmesi ve geliştirilebilmesi için gerekli olan halk desteğinin yörede alınabileceğini ve Iğdır halkının turizm anlayışını, uygulama alanında da benimsemeye açık olduğunu ve gelecekte turizm faaliyetlerinin içerisinde yer

alabileceğinin işaretini vermektedir. Bu durum, yörede turizmin geliştirilmesine yönelik stratejilerin tespitinde ve uygulanmasında ilgililerce göz önünde tutulmalıdır.

Bu kapsamda yörede mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve yöreye uygun turizmin geliştirilmesi için, turizmle ilgili olan resmi ve özel kuruluşların yerel halkı turizm aktiviteleri konusunda aydınlatmaları, halka ve özellikle girişimcilere yönelik olarak eğitimler ve seminer programları düzenlenmeleri, girişimcilere danışmanlık hizmetleri vermeleri böylece, katılımcılara turizm konusunda yapabilecekleri gösterilmeli ve araştırma, proje konularında gerekli destekler verilmeli, müşteri beklentilerine uygun kaliteli turizm hizmetlerinin gerçekleştirilmesi ve yörenin turizm gelirinin arttırılması sağlanmalıdır.

Yöresel turizmin geliştirilmesi, ülke turizminin gelişmesi, çeşitlendirilmesi ve pazar koşullarına uyum sağlanması açısından yöresel potansiyelin kullanılması amacıyla ilgili kuruluşlar tarafından proje, danışmanlık, eğitim hizmetleri yanı sıra teşvikler, uzun vadeli düşük faizli krediler ve vergi muafiyetleri gibi çeşitli kolaylıklar sağlanması yönünde çalışmalar yapılmalıdır.

Turizmin bir yörede geliştirilmesi için, o yörenin doğal değerleri ve turistik zenginlikleri tespit edilerek “Turistik Merkez İmajı”nın geliştirilmesi gerekir. Iğdır’ın merkez imajının geliştirilmesinde Ağrı Dağı’nın ön plana çıkartılarak, buna yönelik turizm türleri geliştirilmelidir.

Iğdır ülkemizin en uç noktasında olmasına rağmen bölgede en çok (Nahcivan ve İran) turist girdisi olan iller arasında; fakat konum itibariyle Erivan, Tiflis, Nahcivan, Bakü, Tahran, Tebriz gibi birçok metropol ve başkent şehrin geçiş noktası ve merkezinde bulunmaktadır. Iğdır’ın bu konumu iyi değerlendirilmeli, hem bu şehirlerin turizm pazarlaması Iğdır üzerinden yapılmalı hem de bölgenin ticaret ve dinlenme merkezi haline dönüştürülmelidir.

Doğu Anadolu bölgesine yönelik turların Iğdır’daki mola sürelerinin arttırılması ve konaklama yapımları sağlanmalıdır. Bunun için, Iğdır’ın turizm potansiyeli kullanılmalı ve konaklama tesisleri iyileştirilmeli ve geliştirilmelidir. Turizm gelişiminin sağlanabilmesi için ulaşım, konaklama ile tanıtıma önem verilmelidir. Bir yöre turizm değerleri bakımından zengin olabilir, fakat bu değerler tanınmıyor ise, hiçbir önemi yoktur. Iğdır’ın tanıtımıyla birlikte konaklama ve ulaşım

imkanlarının da koordineli yürütülmesi ve geliştirilmesi gereklidir. Bu bağlamda, Iğdır havaalanı inşaatının kısa sürede tamamlanmalıdır..

Yörenin kırsal turizm potansiyelinin artırılması için, yerel yönetimler tarafından gerekli ilgi ve destek gösterilmeli, bu kapsamda turistik aktiviteler artırılmalı ve geliştirilmeli, turizm faaliyetleri yeterli düzeye getirilmelidir.

Iğdır'da her yıl düzenlenen festival, şölen ve şenliklerin tanıtımının daha etkin şekilde yapılması, ulusal ve uluslar arası katılımın artırılarak, özellikle ulusal ve uluslararası yayın yapan gazete, dergi, televizyon gibi kitle iletişim araçlarında yörenin tanıtımına yönelik yayınların yer alması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

ACAR, Ziya Zakir, **Her Yönüyle Iğdır**, Ankara, Berkay Ofset, 2006.

AHİPAŞAOĞLU, Suavi ve ÇELTEK, Evrim, **Sürdürülebilir Kırsal Turizm**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2006.

ALTUNIŞIK, Remzi, **Turizm İşletmelerinde Pazarlamanın Temelleri ve İki Farklı Pencereden Pazarlama Yönetimi**, İstanbul, Değişim Yayınları, 2009.

AYMANKUY, Yusuf, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2003.

BUYRUK, Hasan, **Tarihi ve Kültürel Varlıklarıyla Iğdır**, Iğdır, Iğdır Belediyesi Kültür Yayınları, 2006.

CENGİZ, Ekrem ve KIRKBİR, Fazıl, Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 7, Sayı:1, (2007), 19-37.

AKIR, P. “Turizmin Ekonomiye Etkisi Üzerine Genel Bir Yaklaşım”, **Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: XVII, Sayı:1 (2001), s.377- 393

ÇİMAT, Ali ve BAHAR, Ozan “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı: 6, (2003) ,s. 1- 18.

DEMİRCİOĞLU, G. “Kırsal Turizm Nedir?”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Yıl:11, Sayı:5, Eylül Ekim, Ankara, (1993), s.8-10.

DOĞAN, Hasan Zafer, **Turizmin Sosyo- Kültürel Temelleri**, 2. Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık, 2004.

DOĞANAY, Hayati, “Ağrı Dağı ve Turistik Önemi”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Sayı:9, (2003), s. 169- 180.

DOĞRU, A. M, “Ağrı Dağı Dil ve Tarih Yüksek Kurumu”, **Coğrafya Bilim ve Uygulama Kolu**, Cilt:1, Sayı:1, (1989), s.87

DOUGLAS, Norman, DOUGLAS, Ngaire ve DERRETT, Ros. **Special Interest Tourism**. Australia John Wiley & Sons Ltd, 2001.

GÖKDENİZ, Ayhan ve diğerleri, Türkiye’de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık’ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:12 Sayı:22,(2009),s.216-231

GÜNER, İbrahim, **İlimiz Iğdır**, Milli Eğitim Koruma ve Yaşatma Derneği Yayınları,1992.

GÜNER, İbrahim ve diğerleri, “Tuzluca Kaya Tuzlası”, **Atatürk Üniversitesi, Doğu Coğrafya Dergisi**, Sayı:4, (2000), s:323- 349

GÜNER, İbrahim ve ŞİMŞEK, Oğuz, “Iğdır’da Halk Takvimi ve Halk Meteorolojisi”, **Türk Coğrafya Dergisi**, Sayı:33, (1998), s.129- 135.

GÜRBÜZ, Ali Kemal, **Turizmin Ekonomik Analizi**, Bursa, Alem Yayınları, 1988.

GÜRER, Nilüfer, **Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi**, Cumalıkızık Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003.

HACIOĞLU, Necdet, **Turizm Pazarlaması**, Bursa Uludağ Üniversitesi Basımevi, 1997.

HALDAR, Piali. “Rural Tourism-Challenges and Opportunities”, **International Marketing Conference on Marketing Society: Co-Operative, Rural & Bop Marketing**, Kalinga Institute of Industrial Technology University, Noida. (2007, s. 111-129.

<http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=39>

<http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=31>

Iğdır Kültür ve Turizm Envanteri, 2008, s.30

Iğdır Meteoroloji İstasyon Müdürlüğü

İLKİN, Akın ve DİNÇER, M. Zeki, **Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**, Ankara, TOBB Yayınları, 1991.

ÖZTAŞ, Kadir, **Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri**, Ankara, Nobel Yayın, 2002.

KAR, Muhsin, EZORKİRİŞÇİ, Ebru ve YILDIRIM, Metin, “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı:8, (2004), s.87- 112.

KARAKAYA, Uğur, **1990’ lı Yıllarda Turizm Sektörünün Kalkınma Sürecinde Türk Ekonomisine Etkileri**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1998.

KAYA, F.,ARINÇ,K.,”Doğubeyazıt İlçesinin Turizm Potansiyeli” Atatürk üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, **Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt:3, s:31, 2003

KIRZIOĞLU, M. Fahrettin, **Kars Tarihi**, İstanbul, Işık Matbaası,1953.

KİPER, Tuğba. **Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi**, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006.

KOZAK, Nazmi, **Turizm Pazarlaması**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2008

KOZAK, Nazmi, Meryem A. KOZAK ve KOZAK, Metin, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2001.

KOZAK, Nazmi, Meryem A. KOZAK ve KOZAK, Metin, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Gözden Geçirilmiş 7. Basım, Ankara, Detay Yayıncılık, 2008.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 İstatistikleri, www.kultur.gov.tr

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2006 İstatistikleri, www.kultur.gov.tr

MANZIONE, Jean-Gabriel, **Pratique Du Marketing**, Edition BPI, Paris, 1982.

MORGÜL, S. Mercan, **Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği**, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2006.

OLALI, Hasan ve Alp Timur, **Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**, İzmir, Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti, 1986.

ÖZDEMİR, Mehmet, **Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Ankara, TC Turizm Bankası AŞ. Yayınları, 1992.

PARROT, Von Dr. Friedrich, **Reise Zum Ararat**, Berlin, Klassische Reisen I, 1834.

PEARCE, Douglas, **Tourism Development**, Second Edition, John Wiley, USA, 1999, s:151

SEZGİN, Orhan Mesut, **Genel Turizm Turistik Kavramlar – Ekonomi – Pazarlama – Turizm Mevzuatı**, Ankara, Tutibay Ltd. Şti., 1995.

SEZGİN, Mesut Orhan, **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2001

SOYKAN, Füsun. “Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (1999), 69-75.

SOYKAN, Füsun, Kırsal Turizm ve Türkiye için Önemi, Ege Coğrafya Dergisi, **Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi**, Cilt:12, Sayı: 1, (2001), s.155.

SOYKAN, Füsun. “Kırsal Kalkınma-Kırsal Turizm İlişkisi ve Avrupa'dan İki Örnek Basilicata/İtalya ve Sitia/Yunanistan”, **Kırsal Çevre Yıllığı**, Kırsal Çevre ve Ormancılık Sorunları Araştırma Derneği, Ankara 2002.

SOYKAN, Füsün. “Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim” **II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, Bildiriler Kitabı**, Balıkesir 20-22 Nisan 2006, Balıkesir 2006.

ŞAHİN, Âdem, **İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi**, Ankara, TOBB, 1990.

ŞAROĞLU, Fuat ve YILMAZ, Yücel, **Doğu Anadolu’nun Neotektoniği ve İlgili Magmatizması**, Ankara, Kentin Sempozyumu Türkiye Jeoloji Kurumu Yayını, 1984

TANYU, Hikmet, “**Ağrı Dağı**” İstanbul, Diyanet İslam Ansiklopedisi, Cilt:1, 1998.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayınları, 2001: 107

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Turizm Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci**, Ankara, 1997.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, 2000,3- 4

Turizm Bakanlığı, **Turizm 98**, Ankara, Turizm Bakanlığı Yayını, 1998,s.57

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, www.tursab.gov.tr

YAĞCI, Özcan, **Turizm Ekonomisi**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2003.

YARCAN, Şükrü, **Turizm Endüstrisinin Yapısı**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, 1995.

ZENGİN, Burhanettin, **Turizm Coğrafyası**, Sakarya Üniversitesi Yayınları, Sakarya, 1999.

KARAMAN, Sabahattin (1998) ‘Balıkesir Bölgesi Turizm Arz ve Talep İncelenmesi ve Turizm Geliştirilmesi için bir Model Önerisi’ **Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**, Balıkesir

SEKARAN, U.(2003). Research Methods for Business: A Skill Building Approach , 4th.ed.,Jonh Wiley & Sons, New York

http://report.tuik.gov.tr/reports/rwservlet?adnksdb2=&report=idari_yapi_08sonrasi.RDF&p_il1=76&p_yil=2008&p_dil=1&desformat=html&ENVID=adnksdb2Env

KURTULUŞ, Kemal (2004), Pazarlama Araştırmaları, Literatür Yayınları, İstanbul, s:191

EROL, Mikdat, **Turizm Pazarlaması**, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları, 2003
ÇAKIR, P. “Turizmin Ekonomiye Etkisi Üzerine Genel Bir Yaklaşım”, **Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: XVII, Sayı:1 (2001), s.377- 393

KALAYCI, Şeref (2006) ,**SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti

EKLER

ANKET FORMU

Sayın katılımcı, bu çalışmanın amacı Iğdır Halkı'nın turizme bakış açısını belirleyerek Iğdır'da turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktır. Anket formunda bulunan sorulara vereceğiniz samimi ve doğru cevaplar araştırmanın gerçekliğini etkileyecektir. Yardımlarınızdan dolayı şimdiden teşekkürler. Saygılarımla

Gülşen BAYAT

1. GRUP SORULARI:

1. Yaşınız:

- 20'den küçük 20-29 arası 30-39 arası 40-49 arası
 50-59 arası 59'dan büyük

2. Cinsiyetiniz:

- Erkek Bayan

3-Medeni Durumunuz:

- Evli Bekar Dul

4-Memleketiniz;

- Iğdır Diğer

5-Eğitim Durumunuz:

- Okur –Yazar İlkokul Ortaokul Lise
 Üniversite Yüksek Lisans –Doktora

6-Mesleğiniz:

- İşçi Memur Tüccar Esnaf –
Sanatkar
 Serbest Meslek(Avukat –Doktor. v. b) Çiftçi/Hayvancı Evhanımı
 Öğrenci Emekli İşsiz

7-Aylık Geliriniz : 500 TL'den az 501-1000 TL arası 1001-1500 TL arası 1501-2000 TL arası 2001-3000 TL arası 3001 TL'den fazla

8- Türkiye şartlarına baktığınızda ailenizi hangi gelir grubunda görüyorsunuz. ?

Alt gelir grubu Alt ile orta grup arası Orta gelir grubu Ortanın üstü Üst gelir grubu

9-Ailenizin aylık toplam geliri:

500 TL'den az 500-999 TL arası 1000-1499 TL arası 1500-1999 TL arası 2000-2499 TL arası 2500-2999 TL arası 3000-3499 TL arası 3500-3999 TL arası 4000-4499 TL arası 5000 TL'den fazla

10-Ailenizin aylık toplam geliri tatil yapmanız için yeterli mi?

Evet, yeterli. Hayır, yetersiz.

11-Yılda kaç defa tatile çıkıyorsunuz?

Hiç çıkmıyorum. Yılda 1 defa Yılda 2 defa Yılda 2 defadan fazla

12-Arabanız var mı?

Evet, var. Hayır, yok.

13-Son beş yıl içerisinde yurt dışına tatile çıktınız mı ?

Evet,çıktım Hayır,çıkmadım

14- Size göre Iğdır turizm açısından yeterli mi?

Evet, yeterli Hayır, yetersiz

15- Tatilinizi nerede geçiriyorsunuz ?

Evde Akraba,arkadaş yanında Turistik tesiste Yazlıkta Köyde Yurt Dışında Kamu tesisinde

2. GRUP SORULAR: (Aşağıda belirtilen ifadelere size en uygun tek seçeneği x ile işaretleyiniz.)	Tamamen Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Kararsızım	Kısmen katılmıyorum	Hiç katılmıyorum
1. Turizm eğitim seviyesinin yükselmesine yol açar.					
2. Turizm ilimizin dışa açılmasını sağlar.					
3. Turizm yabancı dil öğrenme isteğini artırır.					
4. Turizm kırsal bölgelerin kentleşme olgusunu hızlandırır.					
5. Turizm yörede fiyat yükselmelerine neden olur.					
6. Turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur.					
7. Turizm farklı kültürlerin tanınmasında bir köprü görevi üstlenir.					
8. Turizm yörenin ekonomisinin canlanmasına neden olur.					
9. Turizm önemli bir gelir kaynağıdır.					
10. Turizm istihdam olanağı yaratır.					
11. Turizm halkın gelir düzeyini artırır.					
12. Turizm halkın yaşam kalitesini yükseltir.					
13. Turizm, yeni turistik tesisler yapılmasını sağlar.					
14. Turizm, bölgede turizm sektörünün gelişmesine neden olur.					
15. Turizm tarihi-kültürel dokunun korunmasına yardımcı olur.					
16. Turizm bölgenin tanıtımına katkı sağlar.					
17. Turizm, halkın çevreyi daha da temiz tutmasına neden olur.					
18. Turizm çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar.					
19. Turizm doğanın korunmasına destek olur.					
20. Turizm ulaşım imkânlarının gelişmesini sağlar.					
21. Turizm, devletin yöreye yol, demiryolu, havayolu gibi altyapı yatırımları yapmasını sağlar.					
22. Turizm bölgede diğer ticari ve sanayi faaliyetlerin gelişmesini sağlar.					
23. Turizm, bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olan etkidir.					
24. Turizm iç ve dış ticareti canlandırır.					
25. Turizm, inşaat, mobilya, hediyelik eşya gibi sektörlerin gelişmesini sağlar.					
26. Turizm, insanları birbirine yakınlaştırır.					
27. Turizm, haberleşme olanaklarının gelişmesini sağlar.					
28. Turizm, döviz girdisi sağlar.					
29. Turizm, dünya barışına katkı sağlar.					
30. Turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir.					
31. Turizm halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duymasına neden olur.					

ÖZGEÇMİŞ

1977 Kars ilinde doğdu

1989 Duraklı Köyü İlköğretim Okulu'nu bitirdi.

1992 İncedere İlköğretim'inde ortaokul eğitimini tamamladı.

1995 Bağcılar Naci Ekşi Lisesi'ni bitirdi.

2000 Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmecilik Ve Otelcilik Yüksek Okulundan Mezun oldu.

2007 Yılında Kafkas Üniversitesi Iğdır Meslek Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak göreve başladı.

2007 Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans sınavını kazandı.