

**T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

DOKTORA TEZİ

**ŞANLIURFA'NIN TARİHİ ALANLARININ ÖDEME İSTEKLİLİĞİ
YÖNTEMİ KULLANILARAK EKONOMİK DEĞERLERİNİN
BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Ali Rıza MANCI

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ŞANLIURFA

2013

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZ	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	vi
SİMGELER DİZİNİ	vii
1. GİRİŞ	1
1.1. Çevresel Mal Kavramı ve Refah Ölçütleri	6
1.2. Turizm Endüstrisi ve Sektörün Önemi	9
1.3. Dünya’da ve Türkiye’de Turizm	13
1.4. Turizm ve Şekilleri	16
1.4.1. Turistin geldiği yere göre	16
1.4.2. Sosyo-ekonomik durumuna göre	17
1.4.3. Turist sayısına göre	18
1.4.4. Seçilen zamana göre	18
1.4.5. Yaş düzeyine göre	19
1.5. Turizmin Ekonomik Etkileri	19
1.6. Araştırma Amaçları, Varsayımları ve Beklentiler	25
1.6.1. Araştırma amaçları	25
1.6.2. Varsayımlar	28
1.6.3. Araştırmadan beklentiler	30
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	32
3. MATERYAL ve YÖNTEM	44
3.1. Materyal	44
3.2. Yöntem	44
3.2.1. Örneklemeye ve veri toplamada kullanılan yöntem	44
3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem	45
3.3. Ekonomik Değerleme Yaklaşımları	53
3.3.1. Talep eğrisiz yaklaşımlar	54
3.3.2. Talep eğrisi yaklaşımları	54
3.3.2.1. Koşullu Değerleme Yöntemi	56
3.3.2.2. Seyahat Maliyet Yöntemi	60
3.3.2.3. Hedonik Fiyat Yöntemi	63
3.4. Araştırma Bölgesi Hakkında Bilgiler	66
3.4.1. Araştırma bölgesi hakkında genel bilgiler	66
3.4.2. Araştırma için seçilen yerler hakkında bilgiler	71
3.4.2.1. Şanlıurfa Kalesi	71
3.4.2.2. Harran Harabeleri	73
3.4.2.3. Göbekli Tepe	79
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA	84
4.1. Şanlıurfa’yı Ziyaret Eden Yabancı Turistlerle Yapılan Anketlerin Değerlendirmeleri	84
4.2. Likert Algılama Modeli	98
4.3. Betimleyici İstatistikler	112
4.4. Değişkenlere İlişkin İkili Korelasyon Düzeyleri	114
4.5. Probit Modelinin Katsayıları	115
4.6. Probit Modelinin Marjinal Etkileri	118
4.7. Probit Modelinde Bazı Değişkenlere Uygulanan Olası Senaryolar	120
4.7.1. Şanlıurfa Kalesi için uygulanan olası senaryolar	120
4.7.2. Harran Harabeleri için uygulanan senaryolar	134
4.7.3. Göbekli Tepe için uygulanan senaryolar	147
4.8. Belirtilmiş veya vurgulanılmış ödeme istekliliği miktarı	156
4.8.1. Ödeme istekliliği hesaplanmasında kullanılan yöntem	160

	Sayfa No
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	164
KAYNAKLAR	170
ÖZGEÇMİŞ	178
EK	179
ÖZET	183
SUMMARY	185

ÖZ

Doktora Tezi

ŞANLIURFA'NIN TARİHİ ALANLARININ ÖDEME İSTEKLİLİĞİ YÖNTEMİ KULLANILARAK EKONOMİK DEĞERLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ali Rıza MANCI

Harran Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Turan BİNİCİ
Yıl: 2013, Sayfa: 186

Ülkemizin dünya turizm pazarında yer almasının çok kısa bir geçmişi olsa da, turizm sektörünün ekonomik gelişmişlik düzeyini yukarılara taşımadaki rolünün giderek daha fazla farkına varılmıştır. Bu yöndeki gelişimde bölgemizde bulunan tarihi alanların mevcut durumunun iyileştirilmesi, turistik amaçla daha fazla ziyaret edilmesinin sağlanması, bölge insanının eğitiminin rolü ve önemi tartışılmayacak kadar büyüktür. Bu çalışmada sektörün bütün ihtiyaçları ortaya konarak konuya ilgi duyan kişi, kurum ve kuruluşlara büyük katkı sağlaması hedeflenmiştir. Bu kapsamda çalışmanın ana materyalini basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen yabancı turistlerle yapılan 338 adet anket oluşturmuştur. Koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak oluşturulan probit model ve çalışmamızda oluşturduğumuz anket formunda bulunan soru tipi özelliğine göre ise dışa vurulmuş maksimum ödeme istekliliği miktarını (stated willingness to pay) ise İki Aşamalı Sıradan Ek Küçük Kareler Yöntemi (Two-Stage Least Squares, 2SLS) kullanılmıştır. Şanlıurfa'ya gelen yabancı ziyaretçilerin ödeme istekliliğine etki eden faktörler en çok olabilirlik yöntemi kullanılarak ortaya konmuştur. Daha sonra istatistiksel olarak önemlilik arz eden teklif fiyatı ile devamlı diğer bazı faktörlerde belirli artışlar öngörülerek, ödeme istekliliği olasılığına olan etkileri simüle edilmiştir. Sonuç olarak, ziyaretçilerin Şanlıurfa Kalesi için giriş ücreti olarak ödeme istekliliği miktarını ortalama 21.5\$ olarak bulunmuştur. 2SLS modeli yardımı ile açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 23.04\$'dır. Harran Harabeleri için ortalama ve açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarları sırasıyla 27\$ ve 28.94\$ olarak tespit edilmiştir. Göbekli Tepe için ise probit modeli için ortalama ödeme istekliliği miktarı 25\$ olup, açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 22.04\$ olarak tahmin edilmiştir. Ayrıca yıllık olarak tarihi eserlere atfedilen ekonomik değerler de hesaplanmıştır. Buna bağlı olarak anılan yerlerin probit model sonucuna göre yıllık ekonomik değeri Urfa Kalesi için 896.550 dolar/yıl, Harran için 1.125.900 dolar/yıl, Göbekli Tepe için ise 1.042.500 dolar/yıl olarak tespit edilmiştir. 2SLS model sonuçlarına göre ilgili yerlerin yıllık ortalama faydaları ortaya konmuştur. Buna göre Urfa Kalesinin ortalama yıllık ekonomik değeri 960.768 dolar/yıl'dır. Harran için ise bu rakamlar sırasıyla 1.206.798 dolar/yıl'dır. Göbekli Tepenin ise yılda 919.068 dolar/yıl'lık fayda yaratacağı tahmin edilmiştir. Toplamda üç tarihi eserin ortalama yıllık gişe getirisi yaklaşık 3.086.634 dolar olacaktır.

ANAHTAR KELİMELER: Ödeme istekliliği, probit modeli, 2SLS Modeli, tarihi alanlar, Şanlıurfa

ABSTRACT

PhD Thesis

A STUDY ON THE DETERMINATION OF ECONOMIC VALUES OF ŞANLIURFA'S HISTORICAL AREAS BY USING WILLINGNESS TO PAY METHOD

Ali Rıza MANCI

**Harran University
Institute of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economics**

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Turan BİNİCİ

Year: 2013, Page: 186

Although the involvement of Turkey's in the world tourism market is in a very short time, the upwards carriage role of the tourism sector for the level of economic development is more and more awarded. No doubt that the role of education of the region's people, development and improvement of the current situation of our region's historical sites and the provision of more visits for touristic purposes has enough importance even no need to be discussed in this direction. In this study, it is aimed to provide a major contribution to the institutions, organizations and the people who interested in this subject is presented by giving all the needs of the sector. In this context, the main material of study is selected by simple random sampling survey consisted of 338 pieces to foreign tourists. The probit model is created by using contingent valuation method and the study created in the form of survey question types according to the characteristics of the willingness to pay out a maximum amount of shot (Stated willingness to pay) of the additional Ordinary Two-Stage Least Square Method (Two-Stage Least Squares, 2SLS) is used. The factors that affect their willingness to pay have been done by using maximum likelihood method. Then some other specific factors which are statistically significant, increases continuously with the offer price, suggesting that the effect of the probability of willingness to pay are simulated. As a result, the amount of willingness to pay an entrance fee for visitors Şanlıurfa Castle, was found to be an average of \$21.5. The amount of willingness to pay would be revealed with the help of 2SLS model is \$23.04. The average amount and revealed amount of payment of willingness to pay was found to be, respectively, 27 and 28.94 dollars for the ruins of Harran. The average willingness to pay for the probit model is estimated the amount of \$25 for Gobekli Tepe and the amount would be revealed in the willingness to pay was estimated to be \$22.04. In addition, the estimated annual economic values attributed to historical monuments calculated, too. Accordingly, as a result of the aforementioned places, the annual economic value of probit model for Urfa Castle 896.550 dollars / year, to Harran 1.1259 million dollars/year, for Gobekli Tepe is 1.0425 million dollars/year, respectively. According to the 2SLS model, the average annual benefits related sites have been revealed. Accordingly, the average annual economic value of The Urfa Castle, 960.768 dollars/ year. These figures to The Harran, respectively, of \$1.206.798/year. The Gobekli Tepe 919.068 dollars per year /year will create benefits were estimated. In total, the average annual rate of return in terms of entrance fee for these three historical places will be \$3.086.634 dollars.

KEY WORDS: Willingness to Pay, probit Model, 2SLS Model, historical Sites, Şanlıurfa

TEŞEKKÜR

Varlığımızın yaratıcısı, rahmeti sonsuz Allah'a hamdolsun ki vermek istemeseydi istemek vermezdi kuralınca bilimsel bir çalışmaya bizi vesile kıldı. Her zaman, her yerde ve her an O'na şükran borçluyuz.

Medeniyetin beşiği olarak bilinen ve "Verimli Hilal" ya da "Yukarı Mezopotamya" olarak adlandırılan coğrafyada yer alan Şanlıurfa, tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bundan dolayı Şanlıurfa tarihi ve turistik yönden bir açık hava müzesi görünümündedir. Ancak sahip olduğumuz bu doğal kaynak potansiyeli yeterinde değerlendirilememektedir. Şanlıurfa turizm potansiyeli konusunda sahip olduğu tarihi ve kültürel miras bakımından bir hayli büyük öneme sahip olduğu halde bunların yöre ekonomisine katkısı en düşük düzeydedir. Bu sorun bilimsel olarak dikkatlice ele alınması gereken hayati öneme sahip bir olgudur.

Bu kapsamda doğal kaynakların işletilmesi ve fiyatlandırılması konusu oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça çeşitlidir. Bu çalışmalar genellikle rekreasyon alanlarından yararlanmanın ekonomik değerini belirlemeye yöneliktir. Ancak Şanlıurfa ili kapsamında bulunan tarihi alanların ödeme istekliliği yöntemi kullanılarak değerinin tespiti konusunda herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Bu çalışmanın tarihi alanların ekonomik değerinin belirlenmesi tarım ekonomisi yazınında ilklerden olması hasebiyle kendine has bir değer taşımaktadır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasındaki temel gerekçe ise ilimiz Şanlıurfa'nın sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi kaynakların ekonomik değerinin tahmin edilmesidir. Bu kapsamda, var olan kaynakların etkin ve verimli kullanımıyla sağlanacak faydanın değerinin belirlenmesi ve dolayısıyla çevre unsurlarının mevcut ve gelecekteki faydalarının dikkate alınmasını sağlayarak çevrenin rasyonel kullanımıyla sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bu amaçla, ele alınan tarihi alanların ekonomik değerleri tespit edilmiş, burayı ziyaret eden yabancı turistlerin ödeme isteklilikleri ve buna etki eden faktörler saptanmıştır.

Bu çalışmanın oluşması yıllar, yazılması aylar aldı. Çalışmanın oluşmasında yaşamımda yer alan herkesin katkısı var. Ancak özellikle ailemin katkısı ve desteği derin ve kapsamlı oldu. Onun için ilk teşekkürümü onlara arz ediyorum.

Bu çalışmanın ilk tohumlanması ve filizlenmesi Doç. Dr. Abdulkaki BİLGİÇ sayesinde oldu. Keza ilk taslakları gözden geçirip beni yüreklendiren danışman hocam Doç. Dr. Turan BİNİCİ idi. Çok kıymetli zamanlarını gözünü kırpmadan benim için harcadılar. Bu açıdan kendilerine müteşekkirim.

Öğrenciliğim süresince mesleki ve kişisel gelişimimde yakın ilgi ve önerileri ile beni yönlendiren danışman hocalarım Doç. Dr. Turan BİNİCİ ve Doç. Dr. Abdulkaki BİLGİÇ'e, çalışmaya önemli katkılarda bulunan Prof. Dr. Bahri KARLI'ya, tez izleme komitesi üyesi Prof. Dr. Cuma AKBAY'a, Yrd. Doç. Dr. Remziye ÖZEL'e ve Yrd. Doç. Dr. Tamer İŞGIN'a ayrı ayrı teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca anket formunun hazırlanmasında katkılarından ve çok değerli fikirlerini benimle paylaştığından dolayı Yrd. Doç. Dr. Mustafa H. AYDOĞDU ile birlikte çalıştığım için kendimi şanslı hissediyorum.

Bu çalışmayı inceleyenler bütün hususları dikkate alarak okumalılar demeye hakkımızın olmadığını biliyorum; ama yine de bütün olumsuzlukların hoşgörüsü ile karşılanacağını ümit ediyorum. Sonuç olarak; harcadığım emek karşılığında amacım sadece, insanlara faydalı olmak ve bilime katkı sağlamaktır. Ancak, olası bütün hataların bu çalışmanın yazarına ait olduğunu belirtmeye gerek görmüyorum.

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa No
Şekil 4.1. Ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı	84
Şekil 4.2. Ziyaretçilerin çalışma durumu	85
Şekil 4.3. Ziyaretçilerin meslek gruplarına göre dağılımları	85
Şekil 4.4. Ziyaretçilerin medeni halinin gösterimi	86
Şekil 4.5. Ziyaretçilerin eğitim durumu	87
Şekil 4.6. Ziyaretçilerin yaş dağılımları	87
Şekil 4.7. Kıtalar itibariyle bölgeyi ziyaret eden yabancıların oranı	88
Şekil 4.8. Ziyaretçilerin çocuk sayısı	89
Şekil 4.9. Bölgeyi ziyaret şekli.....	89
Şekil 4.10. Ziyaret şekli durumu	90
Şekil 4.11. Ziyaret amacının gösterimi	90
Şekil 4.12. Ziyaret amacının oransal gösterimi	91
Şekil 4.13. Ziyaret sebebi dağılımı durumu	92
Şekil 4.14. Ziyaretçilerin aylık gelir durumu	92
Şekil 4.15. Ziyaretçilerin seyahat masrafları durumu.....	93
Şekil 4.16. Ortalama seyahat harcaması dağılımı	93
Şekil 4.17. Ziyaret edilen ülke sayısı durumu	94
Şekil 4.18. Ziyaretçilerin yıllık ortalama masrafları.....	95
Şekil 4.19. Ziyaretçilerin kullandıkları seyahat araçlarının oranı.....	95
Şekil 4.20. Ziyaretçi türlerinin oransal dağılımı.....	96
Şekil 4.21. Teklif fiyatlarına karşı duyarlılık	97
Şekil 4.22. Kuramsal pazar şartlarında teklif fiyatlarına karşı evet/hayır oranları	98
Şekil 4.23. Tarihi eserler korunmalıdır	100
Şekil 4.24. Şanlıurfa Dünya'nın en eski şehirlerinden biridir.	101
Şekil 4.25. Şanlıurfa açık bir müze şehridir.	102
Şekil 4.26. Tarihi anıtlara erişim şehrin sağladığı olanaklarla paralel olmalıdır	102
Şekil 4.27. Kültürel miras bilinci korunmalı ve artırılmalıdır	103
Şekil 4.28. Kültürel miras korunmalı ve gelecek kuşaklara aktarılmalıdır	105
Şekil 4.29. Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslararası alanda çok bilinir	106
Şekil 4.30. Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslar arası alanda çok iyi tanıtılıyor	107
Şekil 4.31. Kültürel mirasa erişim için Şanlıurfa'nın yeterli altyapısı vardır.	107
Şekil 4.32. Kentin uygulama planı hazırlanmasında öncelik tarihi eserlere verilmelidir.	108
Şekil 4.33. Tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmek eğlencelidir.	109
Şekil 4.34. Uluslararası bir kuruluş bütün tarihi alanları korumaktan sorumlu olmalıdır.	110
Şekil 4.35. Tarihi alanların turizm vasıtasıyla ülke ekonomisine katkısı büyüktür.	111
Şekil 4.36. Tarihi alanların turizm vasıtasıyla farklı etnik grupları kaynaştırması kaçınılmaz bir fırsattır.....	112
Şekil 4.37. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim	121
Şekil 4.38. Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	123
Şekil 4.39. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	124
Şekil 4.40. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdelik değişimlere bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim	127
Şekil 4.41. İndeks değişkenine uygulanan yüzdelik değişimlere bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	129
Şekil 4.42. Emeklilerin seyahat masrafı değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim	131
Şekil 4.43. Teklif fiyatı değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	133

Şekil 4.44. Olasılık yoğunluk ve kümülâtif yoğunluk dağılım fonksiyonları	134
Şekil 4.45. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim	135
Şekil 4.46. Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	137
Şekil 4.47. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	138
Şekil 4.48. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	141
Şekil 4.49. İndeks değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	143
Şekil 4.50. Teklif fiyat değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	146
Şekil 4.51. Olasılık yoğunluk ve kümülâtif yoğunluk dağılım fonksiyonları	147
Şekil 4.52. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim	148
Şekil 4.53 Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	150
Şekil 4.54. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	151
Şekil 4.55. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	153
Şekil 4.56. Teklif fiyat değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim.....	155
Şekil 4.57. Olasılık yoğunluk ve kümülâtif yoğunluk dağılım fonksiyonları	155
Şekil 5.1. Dünya’da turizm hareketleri ve turizm gelirleri	165

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa No
Çizelge 1.1. Yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı (bin kişi).....	3
Çizelge 1.2. Yıllar itibariyle turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama	4
Çizelge 1.3. Çıkış yapan ziyaretçilerin gelişi nedeni	4
Çizelge 1.4. Şanlıurfa'ya gelen yerli ve yabancı turist sayısı.....	4
Çizelge 1.5. Dünya'da turist sayısı, turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama	15
Çizelge 1.6. Dünya'da turist sayısı, yüzde değişim ve turizm gelirleri	16
Çizelge 1.7. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri ve turizm giderlerinin ithalat giderleri oranı	20
Çizelge 1.8. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı.....	21
Çizelge 1.9. Türkiye seyahat ve turizm endüstrisi istihdam oranları.....	22
Çizelge 1.10. Yıllar itibariyle turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı ve ihracata oranı	24
Çizelge 1.11. Tescil gruplarına göre Şanlıurfa kültür varlıkları	27
Çizelge 3.1. Modelde kullanılan tüm değişkenlere ait betimleyici istatistikler	50
Çizelge 4.1. 5'li likert algılama modelinden elde edilen sonuçlar	99
Çizelge 4.2. Modelde kullanılan değişkenlere ait betimleyici istatistikler	113
Çizelge 4.3. Modelde kullanılan değişkenler arasındaki ikili korelasyon düzeyleri	114
Çizelge 4.3. Modelde kullanılan değişkenler arasındaki ikili korelasyon düzeyleri (devam).....	115
Çizelge 4.4. Şanlıurfa Kalesi, Harran ve Göbekli Tepe için oluşturulan probit modellerinin tahmini parametre değerleri.....	116
Çizelge 4.5. Probit modellerindeki değişkenlerin Şanlıurfa Kalesi, Harran Harabeleri ve Göbekli Tepe için ödeme istekliliği olasılıkları üzerindeki marjinal etkileri	120
Çizelge 4.6. Ziyaretçilerin yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	121
Çizelge 4.7. Ziyaretçilerin eğitim senaryolarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	122
Çizelge 4.8. Ziyaretçilerin çocuk sayısı senaryolarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim	124
Çizelge 4.9. Ziyaretçilerin ziyaret maliyetinin doğal logaritması senaryolarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	126
Çizelge 4.10. İndeks (ziyaretçilerin tarihi alanlara bakışını ölçen ve birden çok sorudan oluşan indeks) senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	128
Çizelge 4.11. Emeklilerin seyahat masrafına karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	130
Çizelge 4.12. Teklif fiyatı (teklif fiyatlarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim)	132
Çizelge 4.13. Ziyaretçilerin yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	135
Çizelge 4.14. Ziyaretçilerin eğitim senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	136
Çizelge 4.15. Ziyaretçilerin çocuk sayısı senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	138
Çizelge 4.16. Ziyaretçilerin ziyaret maliyeti senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	140
Çizelge 4.17. Ziyaretçilerin indeks senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	142
Çizelge 4.18. Emeklilerin seyahat masrafları senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	144
Çizelge 4.19. Teklif fiyatları senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	145
Çizelge 4.20. Yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	148
Çizelge 4.21. Eğitim senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	149
Çizelge 4.22. Çocuk senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	150
Çizelge 4.23. Ziyaret maliyeti senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim.....	152
Çizelge 4.24. Teklif fiyatları senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim	154
Çizelge 4.25. 2SLS modelinde elde edilen katsayılar	157
Çizelge 4.25. 2SLS modelinde elde edilen katsayılar (devam).....	158
Çizelge 4.26. Tarihi alanlara atfedilen birim ve yıllık ekonomik değerler.....	162

SİMGELER DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BM	Birleşmiş Milletler
BSMY	Bireysel Seyahat Maliyeti Yöntemi
CVM	Contingent Valuation Method (Koşullu Değerlendirme Yöntemi)
CDF	Cumulative Density Function
DOM	Doğrusal Olasılık Modeli
DTA	Dış Ticaret Açığı
DTÖ	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
GSYH	Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla
GSMH	Gayrisafi Milli Hâsıla
HPM	Hedonic Pricing Method (Harcı Hedonik Fiyatlandırma Yöntemi)
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
KYD	Koşullu Değerlendirme Yöntemi
LDV	Limited Dependent Variable (Kısmi Bağımlı Değerşken)
LİMDEP	Limited Dependent (Kısmi Bağımlı)
ML	Maksimum Likelihood (Maksimum Olabilirlik)
MÖ	Milattan Önce
PDF	Probability Density Function
ŞUTSO	Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası
TCM	Travel Cost Method (Seyahat Maliyeti Yöntemi)
TUİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TURSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WTTC	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi
WTA	Willingness To Accept (Kabul İsteđliliđi)
WTP	Willingness To Pay (Ödeme İsteđliliđi)
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNWTO	Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü

1. GİRİŞ

İnsanın isteklerini tatmin eden ve çevrenin kullanılabilen yönü olan doğal kaynaklar; bir gerekçeyle kimsenin sahiplenme hakkı iddia edemeyeceği kaynaklardır. Bir yaşam çerçevesi, sınırlı olması, tükenebilir ve kaliteleri bozulabilir olması, üretim faktörü olarak diğerlerinden daha kıt olması doğal kaynakların nitelikleri arasında sıralayabiliriz.

Her toplum canlı ve cansızlardan oluşan doğal bir ortamda bulunur. Bu doğal ortamda bulunan canlıların miktarı, çoğalmaları ve gelişimleri ile cansız varlıklardan olan yani doğal kaynaklar toplumu, ekonomiyi ve gelişme düzeyini etkiler. İnsanların ekonomik eylemleri hem doğayı etkiler, hem de bu faktörlerden etkilenir (Başol, 2007).

Mal ve hizmet üretiminin üretim faktörlerinin varlığı ile olanaklı olduğunu bilinmektedir. Doğal faktör veya doğal kaynak ise bunlardan biridir. Hatta orijinal olanıdır. Bu doğal kaynakların işlenerek mi yoksa korunarak mı değerlendirileceği tartışmasının altında yatan temel neden kaynakların işlenerek değerlendirilmesi durumunda geri dönülemez bir durum söz konusu olmasıdır. Fakat korunarak değerlendirme durumunda ise nadir özellikteki kaynakların kaybı yaşanmamaktadır.

Doğal kaynakların değerlendirilmesi ekonomik kalkınma ile ilgilidir. Kaynakların değerlendirmesinde yaşamsal faktör bunların fiyatlandırılmasıdır. İşlenerek değerlendirilebilen kaynakların fiyatı piyasanın rekabetçiliğine bağlı olarak tüketicilerin talebi ve kaynakların kıtlığını fiyatlara yansıtır. Ancak korunarak değerlendirilen kaynakların, bazı özel tekniklerle fiyatlandırılması gerekmektedir.

Doğal ve kültürel kaynakların ekonomik değerinin tahmin edilmesinde temel amaç, var olan kaynakların rasyonel kullanımıyla sağlanacak faydanın değerinin belirlenmesi ve dolayısıyla çevre unsurlarının mevcut ve gelecekteki faydalarının dikkate alınmasını sağlayarak çevrenin rasyonel kullanımıyla sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır (Belkayalı, 2009).

Bu bağlamda doğal kaynaklardan özellikle de bölgede bulunan tarihi alanlardan sürdürülebilir, verimli ve optimum bir şekilde nasıl faydalanılabilir sorusu bu çalışmaya olan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Bu çerçevede çevresel malların fiyatlandırılmasının önemi ve gerekçesi ortaya çıkmaktadır.

Doğal kaynaklar değeri olmayan bedava kaynaklar değildir. Bu kaynakların belirli bir kullanım değeri bulunmaktadır. Bu değer artırılması için gerekli yatırımların yapılması gerekmektedir. Yapılan yatırımlarla turizmde elde edilen gelir artışı milli gelirinde artmasını sağlayacaktır (Belkayalı, 2009).

Bu bakımdan araştırma alanı olan Şanlıurfa; insanları turizme yönelten tarihi, arkeolojik, kültürel, dini etmenler bakımından açık hava müzesi görünümünde olup ve ayrıcalıklı bir öneme ve potansiyele sahiptir. Bu özellikleri fırsata dönüştürmesi bölgenin ve ülkemizin kalkınması bakımından gereklidir.

Aynı zamanda çalışmanın bu değerlerin yerli-yabancı ziyaretçiler ve yöre halkı tarafından algılanmasına, bu değere yakışır kullanımların geliştirilmesiyle birlikte tüm dünyada tanınır bir alan olmasına ve alandaki kaynakların doğru şekilde kullanımı sayesinde gelecek nesillere aktarılmasının ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Ülkemizin dünya turizm pazarında yer almasının çok kısa bir geçmişi olsa da, turizm sektörünün ekonomik gelişmişlik düzeyini yukarılara taşımadaki rolünün giderek daha fazla farkına varılmıştır.

Bu yöndeki gelişimde bölgede bulunan tarihi alanların mevcut durumunun iyileştirilmesi, turistik amaçla daha fazla ziyaret edilmesinin sağlanması, bölge insanının eğitiminin rolü ve önemi tartışılmayacak kadar büyüktür. Bu çalışmada sektörün bütün ihtiyaçları ortaya konarak konuya ilgi duyan kişi, kurum ve kuruluşlara büyük katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı seçilmiş yıllara göre incelediğimizde 2001 yılında 11.618.969 olan ziyaretçi sayısı, 2006 yılı hariç hızla artarak, 2011 yılında 31.456.076'ya ulaşmıştır (Çizelge 1.1.).

Çizelge 1.1. ve 1.2.'deki rakamlar gelen turist başına kazancımızın az olduğunu göstermektedir. Rakamla ifade edersek 2010'dan 2011'e turist sayısı %9.8 artarken turist başına harcama ancak %1.1 artmıştır. Bu durum, yeterince kazandırmayan turist anlamına gelmektedir. Günümüz ekonomik şartları dikkate aldığımızda, cari açık ve bölgesel ekonomik dengesizlikle karşı karşıya olduğumuz vakidir. Bu durumda aynen ihracatta olduğu gibi turizm sektörünün niteliğinin önemi ortaya çıkmaktadır. 100 birim ihracat için 66 birim ithalata mecbur iken 100 birimlik turizm cirosu için dışa bağımlılık 0.1 birim civarındadır (Oğuz, 2012).

Çizelge 1.1. Yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı (bin kişi)

Yıllar	Gelen Turist Sayısı(Bin Kişi)	Yüzde Değişim Oranı(%)
2001	11.618.969	10.24
2002	13.256.028	14.08
2003	14.029.558	5.83
2004	17.516.908	24.85
2005	21.124.886	20.59
2006	19.819.833	-6.17
2007	23.214.009	17.12
2008	26.336.677	13.45
2009	27.077.114	2.81
2010	28.632.204	5.74
2011	31.456.076	9.86

Kaynak: 2012 yılında kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinden derlenmiştir

Çizelge 1.2.'yi incelediğimizde turist başına düşen ortalama harcamanın düştüğünü gözlemleyebiliriz. 2001'den 2011'e kadar turist sayısında artış olmasına karşın ortalama harcamada düşüş yaşanmıştır. 2001'de turist başına düşen ortalama harcama 748\$ iken, bu rakam 2003'de 810\$ ile en yüksek noktaya ulaşmış olup, 2011'de 637\$'a gerilemiştir. Dolayısıyla cari açığın kapatılmasına ve bölge kalkınmasına büyük fayda sağlayacak bir sektör olan turizmin gelişmesi ve yüksek oranda katma değer yaratması bu çalışmanın da gündemini oluşturacaktır.

Çizelge 1.2. Yıllar itibariyle turizm geliri ve kişi başına ortalama harcama

Yıllar	Turizm Geliri(1000\$)	Ortalama Harcama(\$)
2001	10.067.155	748
2002	11.900.925	782
2003	13.203.144	810
2004	15.887.699	784
2005	18.153.504	752
2006	16.850.947	728
2007	18.487.008	679
2008	21.950.807	709
2009	21.249.334	664
2010	20.806.708	630
2011	23.020.392	637

Kaynak: 2012 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinden derlenmiştir

Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin geliş nedenlerine baktığımızda 2001-2011 yılları arasında kültürel ve dini sebeplerden ülkemizi ziyaret eden turist sayısı toplam turist sayısının %5’i ile %10’u arasında değişmektedir (Çizelge 1.3.).

Çizelge 1.3. Çıkış yapan ziyaretçilerin geliş nedeni

Yıllar	Kültürel	Dini	Toplam
2001	917.368	30.962	948.330
2002	1.016.739	60.171	1.076.910
2003	1.004.079	58.456	1.062.535
2004	1.116.206	61.053	1.177.259
2005	1.310.082	106.710	1.416.792
2006	1.008.513	101.564	1.110.077
2007	1.154.624	137.787	1.292.411
2008	1.388.837	95.077	1.483.914
2009	1.274.960 ^a	124.408	1.399.368
2010	1.040.335 ^b	105.254	1.145.589
2011	1.381.223 ^a	138.534	1.519.757

Kaynak: 2012 yılında TÜİK verilerinden derlenmiştir. a ve b diğer yıllardan elde edilen sayıların bir tahmindir.

Şanlıurfa ise Türkiye'nin önde gelen tarihi, dini ve kültürel yapıtlara sahip bir ili olmasına karşın, kültürel ve dini sebeplerle ülkemize gelen yabancı turistlerin ortalama olarak sadece %2'si ziyaret etmiştir. Şanlıurfa'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı beklentileri karşılamamaktadır (Çizelge 1.4.).

Çizelge 1.4. Şanlıurfa'ya gelen yerli ve yabancı turist sayısı

Yıllar	Yerli Turist	Yabancı Turist	Toplam
2007	134.688	11.433	146.121
2008	329.038	44.868	373.906
2009	345.317	41.710	387.027
2010	397.283	31.700	428.983
2011	420.202	36.646	456.848

Kaynak: 2012 yılında Şanlıurfa il kültür ve turizm il müdürlüğünden alınmıştır

Bu çalışmada, Şanlıurfa'nın tarihi alanları inceleme konusu edilmiş, bu bağlamda buraları ziyaret eden yabancı turistlerle yüz yüze görüşme yoluyla anketler yapılmıştır. Keza koşullu değerlendirme yöntemine uygun olarak varsayımsal bir pazar oluşturulmuş ve anketler sonucunda turistlerin giriş ücreti olarak ödemeye istekli oldukları değerler tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak, ödeme istekliliklerine etki eden faktörler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, ziyaret sebepleri, gelir vb) belirlenmiştir.

Bunun yanında, ödeme istekliliğine etki eden faktörler değiştirildiğinde varsayımsal senaryolar üretilerek ödeme istekliliğinin ne yönde değiştiği anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Çıkan sonuçlar bölge turizmini ne yönde etkileyeceği, dolayısıyla bölge ekonomisine ne tür bir katkı yapacağı açıklanmaya çalışılmıştır. Buradan elde edilen sonuçlara bağlı olarak, bölge turizmini canlandıracağı beklentilerini karşılamaya yönelik öneriler ve çözüm yolları irdelenmiştir.

1.1. Çevresel Mal Kavramı ve Refah Ölçütleri

Ekonomi biliminde mal; insan gereksinimlerini karşılama özelliğine sahip ve bu amaçla kullanılmaya hazır maddi ve maddi olmayan (hizmetler) her şey olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2008). Çevresel mallar ise bir kamusal mal özelliğindedir. Kamusal malların tanımı, bu tür malların özelliklerinin bilinmesiyle ortaya çıkacaktır.

Kamusal mallar şu özelliklere sahiptir (Çelik, 2008).

- i. Toplumun bireyleri tarafından ortak kullanıma konu olması
- ii. Dışlamanın olmaması
- iii. Tüketim düzeylerinin herkes için aynı olması ve sunulan miktara eşit olması
- iv. Tüketimde rekabetin olmaması

Kamusal mallar bu özelliklerinin derecelerine göre tam ve yarı-kamu malı olarak ayrılabilir. Tam kamusal mallar toplumun ortak ve eşit tüketimine konu olan mal ve hizmetlerdir. Tam kamusal malların bireylerin herhangi biri tarafından tüketimi sonucu, aynı malı başka bireylerin tüketim olanaklarında herhangi bir azalış söz konusu olmamaktadır. Diğer bir ifadeyle; bu tür mallar aynı anda birden fazla kişiye fayda sağlayabilmektedirler. Kamusal mal ve hizmetleri karakterize eden en önemli özellik bunların bölünememesi, sağladığı faydanın kişilere ayrı ayrı dağıtılamamasıdır. Bu nedenle kamusal malların tüketiminde rekabet yoktur. Diğer bir özellik ise; istenirse dahi toplum içinde bazı kişilerin bunların tüketiminden dışlanamamasıdır. Gereksinimleri karşılamaya yönelik Gereksinimleri karşılamaya yönelik bu tip mal ve hizmetler, taşıdıkları bu özellikler nedeniyle piyasa mekanizmasına göre üretilemezler. Tam kamusal malların tüketimi sonucu o malı tüketen bireyler, bütün toplumu oluşturan bireylere dışsal fayda yaratırlar. Diğer bir anlatımla; tam kamusal malın tüketimiyle elde edilen fayda, yalnızca o malı kullanan kimsenin fayda fonksiyonunda yer almaz, bütün bireylerin fayda fonksiyonunda yer almaktadır.

Ekonomide çevresel malların sağladığı faydaların ekonomik değerlerinin belirlenmesi fikrinin temelleri, tüketici davranışlarından yola çıkılarak “Refah Ekonomisi” teorisiyle açıklanmaktadır (Gürlük, 2006). Ekonomik değer ölçülmesi bireylerin seçimlerine bağlı olmaktadır. Bireyler gelir düzeyleri ve fiyata bağlı olarak seçimlerini ve vazgeçtikleri malları ifade etmektedirler. Tüketici kendi tercihlerine göre hareket ederek faydasını maksimize etmeye çalışmaktadır. Ancak refah teorisi, söz konusu kişinin davranışının diğer insanlardaki etkisini dikkate almaktadır. Refah ekonomisi teorisinin temelinde de ekonomik etkinlik yatmaktadır.

Ekonomik sistem içerisinde hiç kimsenin durumunu daha kötü yapmayan bir politikayı uygulamanın mümkün olmaması nedeniyle “Pareto Optimumu” olarak bilinen bu duruma, uygulanacak politikayla kazançlı çıkanların; kaybedenlerin kayıplarını telafi edebileceği ve buna rağmen iyi durumda kalabilecekleri bir değişimle ulaşılabilecektir (Gürlük, 2006). Ancak ekonomik sistemdeki karar vericiler (policy-makers), toplumsal refah düzeyini maksimize etmek için tercih belirleme sorunuyla karşı karşıyadır. Bir ekonomide karar vericiler çevresel malların kullanımıyla ilgili olarak genellikle iki tür tercih problemiyle karşılaşmaktadır. Bunlardan ilki kaynakların rekabetçi kullanımlar arasında dağılımını kapsamaktadır. Örneğin bir göl yakınına bir sanayi tesisi kurulmalı mı yoksa söz konusu göl nesli tükenmekte olan bitki ve hayvan türleri için uygun yaşama ortamları yaratmaya devam etmeli midir? Bu konular, karar vericileri doğal kaynakların korunmasının yaratacağı faydalara karşı, kullanımlarından dolayı fayda ve masrafların nasıl değerlendirileceği arasında tercih yapmaya zorlamaktadır.

Ekonomik sistem içerisinde karar vericilerin çözmek zorunda oldukları diğer sorun; kaynak kullanımının faydalı ve zararlı etkilerinin neler olacağı, bu etkileri kimlerin ve nasıl karşılayacağı ile miktarının ne olacağı ile ilgilidir. Ekonomi bilimi bu iki tercih probleminin çözümü için temel bir rol üstlenerek refah düzeyini maksimize edecek alternatifler arasında karar vermede bir çerçeve oluşturmaktadır.

Çevresel mallar bireylere, piyasası olan mallarda olduğu gibi çeşitli faydalar yaratmakta, bireysel ve toplumsal refahı değiştirici etki yapabilmektedir. Bu nedenle çevrede oluşan olumlu veya olumsuz değişimlerin bireylerin veya toplumun

çevresel mallardan faydalanma düzeylerine etkilerinin ölçülmesi gerekli olmaktadır. Marshall'ın tüketici fazlasından (consumer surplus) toplum refahına ulaşma konularındaki görüşlerine karşılık, Hicks'in kayıpları karşılama ilkesi (Telafi edici fazla- Compensating Surplus ve Eşdeğer fazla-Equivalent Surplus) çevresel malların toplumsal faydalarının ölçülmesinde temel görüşler olarak kabul edilmektedir. Toplam ekonomik değer bileşenleri şu şekilde tanımlanabilir (Kaya, 2002).

i. Doğrudan Kullanım Değeri (DKD) : Çevresel mal ve hizmetlerin doğrudan kullanımı sonucunda elde edilen faydaların değeri bu grupta toplanmaktadır. Örneğin bir göldeki balıkçılık faaliyeti, bir ormandan elde edilen kereste değer, rekreasyon alanlarından alınan giriş ücreti gibi değerler piyasa fiyatı olan değerler doğrudan kullanım değeri grubuna girmektedir. Piyasa fiyatı bulunmayan bazı değerler de bu grupta yer alır. Bir gölü ziyaret etme, ormanlık alanda yürüyüş yapma gibi faaliyetler örnek olarak verilebilir.

ii. Dolaylı Kullanım Değeri (DLKD): Toplumun refah düzeyini doğrudan etkilemiyor gibi görünse de dolaylı olarak fayda sağlayan değerleri kapsamaktadır. Örneğin bir gölün bölgenin iklimini düzenlemesi, bölgede doğal filtrasyon görevi görmesi, su taşkınlarının önlenmesi gibi değerler bu grupta yer almaktadır. Yine bir ormanlık alanın temiz hava sağlaması, erozyon kontrolüne yardım etmesi v.b. değerler, dolaylı kullanım değerine verilebilecek örneklerdir.

iii. Potansiyel Kullanım Değeri (PKD): Çevresel mal ve hizmetlerin bugün kullanılmasa da gelecekte herhangi bir zamanda ve farklı biçimde kullanılma potansiyelinin yarattığı değerdir. Diğer bir ifadeyle, doğrudan kullanım ve dolaylı kullanım değerinin bileşenlerinin herhangi birinin gelecekte kullanılmasından elde edilecek faydaların değerini ifade etmektedir. O halde malın kullanım değeri o malın doğrudan, dolaylı ve potansiyel kullanım değerlerinin toplamını gösterir ve şu şekilde formüle edilir:

$$KD = DKD + DLKD + PKD$$

iv. Miras Değeri (MD): Çevresel mal veya hizmetler, doğrudan veya dolaylı kullanılmadığı halde de bir değere sahiptir. Kullanıma bağlı olmayan bu değere kullanım dışı değeri denir. Kullanım dışı değer kavramlarından birisi miras değeridir. Kişilerin gelecek nesillere bırakmayı düşündükleri bozulmamış doğal kaynaklar için talep ettikleri değerdir.

v. Varoluş Değeri (VD): Çeşitli mal ve hizmetlerin ne günümüzde ne de gelecekte kullanma potansiyeli olmasa da bu tür mal ve hizmetlerin varlığından dolayı duyulan daha çok moral açıdan önemli değerlerdir. Örneğin bir kişi belirli bir bölgedeki hayvan türünü ne günümüzde ne de gelecekte göremeyebilecektir. Ancak bu kişi yine de o hayvan türünün var olmasından hoşnutluk duyacaktır. Bu durum çevre ekonomisinde bir değer ifade etmektedir; o da varoluş değeridir. O halde çevresel mal ve hizmetin kullanım dışı değeri o malın miras ve varoluş değerlerinin toplamını gösterir ve şu şekilde formüle edilir:

$$KDD = MD + VD$$

Toplam ekonomik değer ise; çevresel mal ve hizmetlerin kullanım ve kullanım dışı değerlerinin toplamı olarak ifade edilebilir. Toplam ekonomik değer şu şekilde formüle edilir:

$$TED = KD + KDD$$

1.2. Turizm Endüstrisi ve Sektörün Önemi

Turizm kelimesi, Latince'deki kelime anlamıyla dönme hareketini ifade eden "tornus" sözcüğünden gelmektedir. İngilizce'deki; zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılan "touring" deyimini ve bazı şehir, yörede ülkelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan ve sonunda hareketin başladığı yere dönülen yer değiştirme hareketini ifade eden "tour" deyimleri de bu sözcükten türemiştir (Özdamar, 2011).

Turizm, sürekli olarak ikamet edilen yer dışında, eğlence, dinlenme, spor, kültür vb. gereksinimlerin giderilmesi amacıyla yapılan seyahat ve geçici konaklama faaliyetleridir.

Genel olarak turist kavramı; “turizm olayına katılan ve bu olaya yön veren, turizm tanımında yer alan özelliklere uygun olarak sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışı nedenlerle geçici ve belirli bir süre için terk edip seyahat eden ve konaklayan, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan ya da gidilen ülkenin herhangi bir konaklama işletmesinde en az bir geceleme yapan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketimde bulunan kişi olarak tarif edilmektedir (Yersel, 2010).

Turizm, yer aldığı bölgenin Gayri Safi Milli Hâsılasına (GSMH) olumlu katkısı, çarpan etkisiyle basta inşaat olmak üzere ziraat, balıkçılık, el sanatları gibi pek çok sektörün gelişmesine ve bu sektörlerdeki istihdamın artmasına, döviz girdilerindeki artışla ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Turizmden elde edilen gelire yerel halkın yaşam kalitesi artmakta, artan kaynaklarla yerel altyapı (ulaşım, kanalizasyon, iletişim, vb.) yatırımları artırılmaktadır.

Turizm aynı zamanda yerel kültürün canlanmasına, sürdürülmesine (mevcut folklorik özelliklerin canlanmasına); dışarıya göçün önlenmesine, gençleri daha iyi bir eğitim alarak turizm etkinliklerinde yer almasına, kültürel çeşitlenme farklı kültürleri tanıma/tanıtma fırsatları yaratmasına, tarihi alanların ve kültürel mirasın korunmasına, önemli doğal değerlere sahip alanların korunmasına ve geliştirilmesine neden olmaktadır.

Turizm talebi; belirli bir piyasada, belirli bir fiyat düzeyinde yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların çeşitli nedenlerle satın almak istediği turistik mal ve hizmetler bütünü olarak tanımlanabilir (Özkök, 2008). Bu tanım incelendiğinde dikkati çeken hususlar şunlardır:

- a) Kişilerin daimi ikamet ettikleri yerler dışında satın alma isteğinde bulunmaları,
- b) Satın almayı gerçekleştirmeye imkân verecek satın alma gücüne sahip olmaları,
- c) Daimi ikamet yerlerinden makul süreler dâhilinde uzaklaşmalarına yetecek kadar boş zamana sahip olmaları.

Bu açıklamalara dayanarak turizm talebinin özelliklerini şu başlıklar altında özetlemek mümkündür.

- Turistik tüketim otonomdur. Turistik tüketim genel olarak insanların; içinde buldukları durumu değiştirme isteğinden, büyük ölçüde kendi kendilerini motive etmeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu da, turistik talebin bağımsız bir talep olmasına yol açmaktadır.

- Turistik tüketim, birçok malı kapsar. İnsanlar çok sayıda motifin etkisi ile seyahate yönelmektedirler ve farklı turizm çeşitlerine farklı şekilde iştirak etmektedirler. Farklı amaçlarla katılım, farklı tüketim biçimlerini de beraberinde getirmektedir. Bu durum, katılım amacına uygun ürün bileşimini oluşturmak bakımından önemlidir.

- Tanımda belirtilen “isteği gerçekleştirilmeye imkân verecek satın alma gücü” ifadesi, turistik tüketimin kişisel gelirlerin kullanılması ile ilgili olduğu özelliğini göstermektedir. Bu özellik, turiste daima tüketici gözü ile bakılmasının nedenini teşkil etmektedir.

Turistik tüketim, kişisel gelirden bu amaca yönelik bir pay ayırmak ve ayrılan pay ile satın almayı gerçekleştirmekle mümkün olacaktır. Bu nedenle, turistik tüketim lüks ve kültürel özellikteki hizmet ve mallara olan taleple rekabet halindedir. Bu durum; turistik tüketim yerine, diğer tüketim mallarının ikame edilebileceğini göstermektedir.

- Seyahate katılma amacının farklılık arz etmesi, zaman bakımından da farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, turistik tüketim mevsimlik bir karakter arz etmektedir.

- Turistik tüketimde; ikame imkânlarının geniş olması, turistik tüketim tercihlerine ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin etki etmesi, turizm talebine esnek bir özellik vermektedir. Diğer bir ifade ile talebin değişik faktörlere ve satın almada önemli bir belirleyici olan fiyata karşı duyarlılığı 1’den büyüktür.

Yukarıda turistik talebin fiyat esnekliğinin 1'den büyük olduğundan bahsederken; gözden kaçırılmaması gereken, esneklik katsayısının işaretinin eksi değer alacak olmasıdır. Çünkü normal bir talep eğrisi, fiyat ile talep miktarı arasındaki negatif yönlü bir ilişkiyi ifade etmektedir (Erdoğan, 1996).

Bir yörenin turizm potansiyeli, o yörenin turizm arzını oluşturur. İktisatçılar; piyasada ki satıcıların davranışlarını arz olarak tanımlarlar. Arz; belirli bir dönemde belli bir fiyat düzeyinde satılmak istenen mal ve hizmet miktarıdır. Turizm arzı ise; belli bir piyasada belirli bir fiyata veya bedelsiz olarak turistik tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerdir.

Turizmde arz kavramını, bir dizi tabii ve insan yapısı, cazibe unsurları ile turiste doğrudan ya da dolaylı sunulan mal ve hizmetlerin tümü olarak ifade edebiliriz. Bir başka tanıma göre ise; turizm arzı, bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalıyla turistlere sunduğu maddi ve manevi hizmetlerin bütünüdür. Yani turizm bir hizmet endüstrisidir (Küçükaslan, 2007).

İlk olarak ifade etmeliyiz ki, bir ülkenin turizm arzının önemli kısmını oluşturan deniz, göl, tabiat güzellikleri gibi tabii kaynakların ve harabeler, anıtlar gibi tarihi değerlerin arttırılması ya son derece zor, ya da mümkün değildir. Turizm arzına inelastik bir özellik vermektedir.

Talebin çok duyarlı ve mevsimsel olmasına karşılık, turistik ürünün otomasyon ve stoklamaya uygun olmayışı, turizm arzını oluşturan mal ve hizmetlerin, çoğu zaman üretildiği zaman ve yerlerde tüketilmesini gerektirmektedir. Satılmayan turistik mal ve hizmetler, maliyetleri arttıracığından arzı olumsuz yönde etkiler. Bu durumda kaynak israfı da artar.

- İkame imkânlarının fazla olması turizm arzında, satıcının riskleri dağıtmasını zorlaştırır. Riskin belli bir yerde toplanması ve yüksek olması, turistik ürün arzının çekiciliğini azaltır.

- Turizm arzı, elastik olmayan bir yapıya sahiptir. Çoğu zaman fiyat değişimleri karşısında duyarsız kalır ve zayıf bir tepki gösterir. Çünkü turizm arzının temelini oluşturan doğal kaynakların arttırılması, bir yerden başka bir yere taşınması hemen hemen olanaksızdır.

- Turizm arzının önemli bir özelliği de, onun yapısal karakterinden kaynaklanmaktadır. Diğer sektörler için teknik gelişmeler, üretimin yapısını değiştirmekte ve çoğu zaman maliyetleri düşürmektedir. Ancak, turizm sektöründe insan gücü ve becerisinin yerine makinelerin kullanılması çok sınırlı alanlarda mümkün olabilmektedir. Bu nedenle, diğer sektörlerde teknolojik gelişmelerin sağladığı verimlilik artışı ve maliyet azalışının arzı arttırması, turizm sektöründe, maliyetleri azaltmamış, ancak bilgi alma, yer ayırtma, pasaport, vize, muhasebe kayıtları gibi işlemlerin daha hızlı, daha doğru ve bağımsız yapılmasına yardımcı olmuştur.

Turizm arz ve talebi fiziksel ve tinsel birçok unsuru içerirler. Yönetici ve planlamacıların, bunların her birinin muhtemel uygunluklarını araştırması ve sağlaması mümkün değildir. Özellikle fiziksel varlığı olmayan konukseverlik kaynakları gibi arz faktörlerinin, yüzyılların birikimi olduğu gerçeği düşünüldüğünde, turizm piyasasında talebe uygun gelen bir arzı ve dolayısıyla arz-talep dengesini sağlamanın; ne denli zor, hatta imkânsız olduğu görülür.

1.3. Dünya’da ve Türkiye’de Turizm

Ülkeler için önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olmasının yanı sıra ülkelerin kültürel ve siyasi yapılarına, sosyal yaşamına ve dış tanıtımına da olumlu etkileri bulunan turizm, XX. yüzyılın son yarısında hızlı bir gelişme göstermiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) 21. yüzyılın ilk yıllarında dünyadaki turist sayısının bir milyara ve 2020’li yıllarda ise 1.6 milyara ulaşacağını öngörmektedir. Ayrıca Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) turizmi 21. yüzyılın en büyük sektörü ve en önemli istihdam anahtarı olarak işaret etmektedir. WTTC’ye göre 2009 yılında dünya genelinde turizm alanında istihdam edilen kişi sayısı 225 milyondur. Bu rakamın 2019 yılında ise, 275 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir (www.wttc.org, 15.12.2011).

DTÖ'nün verilerinden yararlanılarak derlenen Çizelge 1.5'de, uluslar arası kişi başı ortalama turizm harcamalarının artma eğiliminde olduğu tespit edilmektedir. DTÖ' nün istatistiksel verilerine göre, 1950 yılında uluslararası turizm hareketlerindeki toplam turist sayısı 25.3 milyon kişi ve turizm geliri ise 2.1 milyar ABD dolarıdır. 1950 yılından 2011 yılına gelinceye kadar geçen yaklaşık altmış yıl içerisinde, turist sayısı 40 kat artarak 983 milyon kişi, enflasyon göz ardı edildiğinde aynı dönemde turizm gelirleri ise 500 kat artarak 1.030 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

DTÖ' nün istatistiksel verilerine göre uluslar arası turizm hareketine katılan turist sayısı 2007 yılı sonu itibariyle bir önceki yıla göre %6.6 artarak toplam 903 milyona ulaşmıştır. Bu rakam 2008 yılında ise % 2.3 oranında artarak 924 milyona ulaşmış, 2009 yılında ise gerek dünya ekonomik krizi gerekse abartılan domuz gribi nedeniyle %4.3 azalarak 880 milyon olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 1.5.).

Uluslar arası turizm hareketlerine katılan turistlerin kişi başı ortalama harcamaları 1950 yılında 83, 1975 yılında 183, 2000 yılında 700 ve 2009 yılında ise 968 ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Ciddi sıçramaların 1975-1980 ile 1985-1990 yılları arası olduğu görülmektedir. Bunun nedenleri ayrı bir çalışma konusunu oluşturabilir. Türkiye için ise bu rakamlar 1963 yılında 35, 1975 yılında 130, 2000 yılında 733 ve 2010 yılında ise 630 ABD doları olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 1.5.).

Çizelge 1.5. Dünya’da turist sayısı, turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama

Yıllar	Turist Sayısı(Milyon Kişi)	Turizm Geliri(Milyar ABD Doları)	Kişi Başı Ortalama Harcama ABD Doları
1950	25.3	2.1	83
1960	69.3	6.9	99.5
1965	112.9	11.6	102.7
1970	165.8	17.9	108.0
1975	222.3	40.7	183.0
1980	278.1	104.4	375.4
1985	320.1	119.1	372.0
1990	439.5	270.2	614.7
1995	540.6	410.7	759.7
2000	687.0	481.6	700.0
2005	806.8	682.7	852.0
2006	846.2	733.0	866.3
2007	903.0	856.0	947.9
2008	922.0	944.0	1023.8
2009	880.0	852.0	968.1
2010	940	927.0	
2011	983	1.030	

Kaynak: 2012 yılında DünyaTurizm Örgütü verilerinden derlenmiştir (www.unwto.org)

Çizelge 1.6. incelendiğinde, 1991 ile 2010 yılları arasında ülkemize gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinin genelde artış eğilimli olduğu izlenmektedir. Bazı yıllarda çeşitli olumsuz nedenlerden dolayı Türkiye’ye gelen turist sayısı ve buna bağlı olarak Türk turizm gelirlerinde de düşme yaşanmıştır. Bazı yıllarda rakamsal azalma gerçekleşmesine rağmen, 1991 yılından, 2010 yılına kadar geçen süre içerisinde turist sayısı yaklaşık olarak 5.16 katına ve turizm gelirleri ise 5.86 katına çıkmıştır. Bu verilerden yararlanılarak yapılan trend analizi sonucuna göre, 2015 yılında Türkiye’yi ziyaret edecek turist sayısının 30.515 milyon ve turizm gelirin 19.606 milyar ABD doları olacağı tahmin edilmektedir. 2020 yılı için yapılan trend analizi tahmini turist sayısı 36.644.000 ve turizm gelirin 23.319 milyar ABD doları olacaktır.

Çizelge 1.6. Türkiye'ye gelen turist sayısı, yüzde değişim ve turizm gelirleri

Yıllar	Turist Sayısı(Bin Kişi)	Değişim %	Turizm Geliri (Milyon ABD doları)
1991	5 517	2.4	2 654
1992	7 076	28.3	3 639
1993	6 500	-8.1	3 959
1994	6 670	2.6	4 321
1995	7 726	15.8	4 957
1996	8 614	11.5	5 650
1997	9 689	13	7 008
1998	9 752	0.6	7 177
1999	7 464	-23.4	5 193
2000	10 412	39	7 636
2001	11 569	11	8 090
2002	13 247	14.5	8 481
2003	14 030	5.3	9 677
2004	17 517	24.86	12 125
2005	21 124	20.6	13 929
2006	19 819	-6.2	12 553
2007	23 341	17.77	13 990
2008	26 337	12.83	16 761
2009	27 077	2.81	15 853
2010	28 511	5.74	15 577
2011	31 456	9.86	17 798

Kaynak: 2012 yılında Dünya Turizm Örgütü verilerinden derlenmiştir

1.4. Turizm ve Şekilleri

Turizm faaliyeti seyahatin amacı ile sınıflandırılmakla beraber, çeşitli ölçütlere göre de şekillenmektedir.

1.4.1. Turistin geldiği yere göre

İnsanlık tarihiyle yaşıt olarak kabul edilen turizm hareketleri, özellikle birçok teknolojik yeniliğin ortaya çıkmasıyla gelişerek, yeni anlayışlar kazanarak önemini artırmıştır. Turizm olayı meydana geldiği yere göre iç turizm ve dış turizm olarak iki ana kısımda incelenmektedir. İç turizm, aynı ülke içindeki vatandaşların pasaport,

vize, yabancı dil bilgisi, döviz sorunu durumlarla karşılaşmadan çeşitli amaçlarla seyahat etmeleridir. İç turizmin ekonomiye döviz girdisi sağlayıcı bir etkisi olmamasına rağmen; iç turizmin gelişimi, ülke içindeki firma ve işletmelerin uluslararası alandaki benzer firma ve işletmelerle rekabet edebilmesi için önem teşkil etmektedir. Çünkü iç turizm yoluyla ülke içine yönelik hizmet sunan turizm işletmeleri, zamanla hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, hız ve esneklik gibi konularda kendilerini geliştirme fırsatı bulur ve ülke dışındaki benzer firmalarla rekabet etme gücü kazanırlar. Dış turizm, insanların vatandaşı oldukları ülke dışındaki yabancı bir ülkeye seyahat etmeleridir. Dış turizm faaliyetinde bulunan kişilere “yabancı turist” denilmekte ve turistlerin bir ülkeden diğerine olan giriş ya da çıkış durumuna göre, ülke ekonomisine döviz girdisi ya da çıktısı sağlaması dış turizmin en önemli özelliği olarak göze çarpmaktadır. Buna göre, taşıdığı ekonomik değer bakımından dış turizmi, yurtdışından gelen yabancı turistlerin seyahat ve konaklamalarından doğan turistik hareketler olarak aktif dış turizm (gelir turizmi) ve ülke vatandaşlarının yurt dışına turizm amacıyla yaptıkları seyahatleri de pasif dış turizm (gider turizmi) şeklinde ayırmak mümkündür.

1.4.2. Sosyo-ekonomik durumuna göre

Turizmin sosyo-ekonomik duruma göre sınıflandırılmasını, bireylerin yıllık gelir miktarı ve turistik refah seviyesi belirlemektedir. Sosyo-ekonomik duruma göre sınıflama, lüks turizm ve sosyal turizm olarak iki grupta incelenmektedir. Lüks turizm; üst gelir seviyesinde bulunan, ekonomik gücü ve geliri fazla olan kesimlerin turizm aktivitelerini kapsayan bir turizm biçimidir. Bu kesimlerin turizm anlayışı toplumun diğer gruplarına göre çok farklıdır. Bu tür gruplar, daha çok kumar, golf, av, kurvaziyer gibi turizm çeşitlerini, konaklamalarında ise süper lüks oteller, özel konut ve malikâne gibi yüksek maliyetli yerleri tercih ederler. Sosyal turizm ise; zamanımızın sosyal gelişme anlayışı içerisinde, gelir düzeyi ve satın alma gücü nispeten zayıf; memur, işçi ve öğrenci gibi sınıfların turistik amaçlı yaptıkları seyahatlerden meydana gelen iş ve ilişkilerdir.

1.4.3. Turist sayısına göre

Turizm olayını, turizm hareketine dâhil olan tüketici sayısını ölçüt olarak sınıflandırdığımızda, turizmin bu açıdan üç bölümde sınıflandırıldığını görmekteyiz. Bireysel turizmde, kişi herhangi bir gruba veya tura katılmadan, nerelere gideceğini kendisi planlayarak kendi başına ya da arkadaşı veya ailesiyle birlikte, seyahati tasarlar ve yapar. Grup turizmi ise; birbirini tanıyan bireylerin bir araya gelerek planladığı veya bir kurum ya da seyahat acentesi tarafından bireyler bir araya getirilerek yapılan seyahattir. Gruplardaki kişi sayısının bir önemi yoktur. Gruplar sayıca küçük olabilecekleri gibi orta veya geniş sayıda da olabilirler. Kitle turizmi, bireysel ve grup turizmini de kapsayan, çeşitli amaçlarla yapılan seyahatler bütünüdür. Kitle turizmi denildiğinde, birbirini tanımayan ve birbirleriyle ilişkisi sadece aynı bölgede bulunmak olan, sayıca büyük insan toplulukları anlaşılır.

1.4.4. Seçilen zamana göre

Turistik tüketicilerin, seyahat ve konaklamada seçtiği dönem esas alınarak yapılan bir sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma yaz turizmi ve kış turizmi olarak ikiye ayrılmaktadır. Yaz turizmi denildiğinde, yaz mevsimi süresince gerçekleşen turizm türü akla gelmektedir. Bu dönemde gerçekleşecek turizm etkinliklerinin başında denizden ve doğal alanlardan faydalanılan etkinlikler ve kültürel aktivitelere katılma gelmektedir. Yaz turizminin en önemli özelliği, birden fazla turizm türü ile aynı anda pazarlanabilmesine olanak sağlamasıdır. Birden fazla turistik çekiciliğin aynı anda sunulması, turistlerin konaklama sürelerinin uzatmalarını ve aynı zamanda tatmin olgularının üst düzeyde gerçekleşmesini sağlayacaktır. Kış mevsiminde gerçekleşen turizm türü olan kış turizmine konu olan en önemli etkinlik kayak sporudur. Kış turizmi merkezlerinin dağlık alanlar olması ve bu bölgelerdeki iklim koşullarının daha elverişli olmasının yanında; birçok aktiviteye imkân tanınması nedeniyle, kış turizmi rekreasyon turizmi olarak da adlandırılmaktadır. Bu turizm türünün özellikle son yıllarda önemli gelişmeler göstermesinin yanında, küresel ısınma nedeni ile oluşan iklim değişikliklerinin gelecekte kar turizmini olumsuz yönde etkileyeceği öngörülmektedir.

1.4.5. Yaş düzeyine göre

Turizm faaliyetine katılan turistik tüketicilerin yaşları da turizmin sınıflandırılmasında bir ölçüt olarak ele alınmaktadır. Bu sınıflandırma gençlik dönemi, orta yaş dönemi ve üçüncü yaş dönemi olarak üç grupta değerlendirilmektedir. Gençlik turizmi; yaşları 15-25 arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel ya da grup halinde ülke içinde veya ülke dışında kültür ve tatil amaçlı yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olgudur. 25-60 yaş aralığında; çalışma, üretme döneminde bulunan insanların katıldığı turizm aktivitelerine orta yaş turizmi adı verilmektedir. Bu gruptaki insanlar genellikle aile sahibi olduklarından, bu grubun gezi şekli ve zamanının belirlenmesinde; aile fertlerinin okul, çalışma zamanı gibi faktörler etkili olmaktadır. 60 ve üzeri yaş insanların katıldıkları turizm etkinliklerine “üçüncü yaş turizmi” adı verilmektedir. Refah seviyesinin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde, sağlık koşullarının iyi olmasının ve buna bağlı olarak ortalama yaşam süresinin uzun olması, bu yaş grubundaki insanların nüfus içindeki oranını yükseltmiş ve bu insanların gelir ve boş zamanın yeterli olması da bu yaş grubundaki insanları turizm faaliyetlerine daha çok katılmaya yöneltmiştir (Yersel, 2010).

1.5. Turizmin Ekonomik Etkileri

Türkiye tarih, kültür ve doğal güzellikler açısından pek çok ülkeye göre oldukça zengin kaynaklara ev sahipliği yapmaktadır. Yıl boyunca dört mevsimin yaşanması, üç tarafının denizlerle çevrili olması, eşsiz doğal güzellikleri, ince ve temiz kumlu plajları ve istikrarlı bol güneşli günleri ile büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Birçok tarihi medeniyetin bu topraklar üzerinde hüküm sürmüş olması, ülkemizi bir açık hava müzesi konumuna getirmiştir. Bunun yanı sıra, mutfak kültürümüz ve konukseverliğimiz uluslararası turizm faaliyetlerine katılanların dikkatini de çekmektedir.

Turizmin temel ekonomik önemi, bir ülke ya da yöreye gelen turistlerce yapılan harcamalardır. Turizmin ulusal ya da uluslararası olsun asıl ekonomik önemi; turistlerin varış yerinde yaptıkları harcamalar yoluyla, ülkeye ve yerel halka ekonomik katkı sağlamalarıdır. Her yıl turizm akımları yoluyla gelişmiş ekonomilerden diğer ekonomilere büyük miktarlarda değer aktarımı yapılmaktadır.

Turist kabul eden ülkenin uluslar arası ekonomik durumunu en iyi ve en açık şekilde gösteren ölçü, o ülkenin dış ödemeler bilânçosudur (Zengin, 2010). Türkiye'de 1980 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı % 11.2 iken, turizm giderlerinin ithalattaki payı % 1.5'tir. 2009 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı % 20.8 ve turizm giderlerinin ithalattaki payı % 2.9'dur (Çizelge 1.7.).

Çizelge 1.7. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri ve turizm giderlerinin ithalat giderleri oranı

Yıllar	İhracat	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat	Turizm Giderleri	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)
1980	2 910	326	11.2	7 909	114	1.5
1985	7 958	1 482	18.6	11 343	323	2.9
1990	12 959	3 225	24.9	22 302	520	2.3
1995	21 637	4 957	22.9	35 709	912	2.6
2000	27 774	7 636	27.5	54 502	1 711	3.1
2001	31 334	10 066	32.1	41 399	1 738	4.1
2002	35 081	11 900	33.9	51 553	1 880	3.7
2003	46 877	13 203	28.2	69 339	2 113	3.1
2004	63 167	15 887	25.1	97 539	2 524	2.6
2005	73 476	18 153	24.7	116 774	2 870	2.5
2006	85 534	16 850	19.7	139 576	2 742	2.0
2007	107 271	18 487	17.2	170 062	3 259	2.0
2008	132 027	21 950	16.6	201 963	3 506	1.7
2009	102 142	21 249	20.8	140 928	4 145	2.9
2010	113 979	20 806	18.3	185 541	4 825	2.6

Kaynak: 2012 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm istatistiklerinden derlenmiştir

Türkiye'de cari açık son yıllarda ekonomide en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir. Bazı araştırmacılar tarafından cari açık, yaşanan ekonomik krizlerin

temel nedenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Cari açıkla ekonomik büyüme tartışmaları yapılmakta, bu açığın azaltılmasına yönelik çeşitli önlemler düşünülmektedir.

Turizm gelirleri, cari açık üzerinde olumlu etkisi bulunan bir hesaptır. Turizm arz kaynakları açısından zengin bir ülke olan Türkiye'nin turizm gelirleri ödemeler bilançosuna dolayısıyla cari açık üzerine olumlu etki yaratmaktadır (Özkök, 2008).

Çizelge 1.8. incelendiğinde turizmin dış ticaret açıklarını kapatma açısından önemini anlaşılmaktadır. Keza 2011 yılında turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payı %34.4 oranında gerçekleşmiştir.

Çizelge 1.8. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı

YIL	Dış Ticaret Açığı (DTA)	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı(%)
1996	20.402	5.650	27,7
1997	22.298	6.208	27,8
1998	18.947	7.177	37,9
1999	14.100	5.203	36,9
2000	27.178	7.636	28,1
2001	10.065	10.067	10,0
2002	15.495	11.901	13,01
2003	22.087	13.243	16,7
2004	34.373	15.888	21,6
2005	43.298	18.154	23,9
2006	54.041	16.851	32,1
2007	62.791	18.487	34,0
2008	69.936	21.951	31,7
2009	38.785	21.249	18,3
2010	71.563	20.807	34,4

Kaynak: 2011 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği verilerinden derlenmiştir

Turizm sektörü, turizm talebini karşılamak için işletmelerin yeni yatırımlar gerçekleştirmelerini ve dolayısıyla doğası gereği emek yoğun olan bu sektörün gelişimi istihdamı artırarak ülke ekonomisine katkılar sağlamaktadır. 28 Turizm sektörü kendisinin doğrudan istihdama katkıda bulunması ve bu sektöre girdi veren diğer sektörlerle de dolaylı istihdam imkânları sağlaması dolayısıyla, ülkedeki toplam

istihdamı etkilemektedir. Bir ülke ekonomisinde ve turizm sektöründe, turizm faaliyeti sayesinde arttırılan üç tip istihdam vardır. Bunlar: turizm sektöründe yer alan işletmelerdeki (konaklama ve yeme içme vb.) turistik harcamalar yolu ile bu işletmelerde meydana gelen doğrudan istihdam artışı, turistik harcamalar sonucu doğrudan gerçekleşmeyen fakat turizm sektörü ile ilgili olduğundan turizm arzı içinde yer alan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam artışı, yerleşiklerin turizmden elde ettiği gelirleri yeniden harcaması sonucu meydana gelen ek istihdam artışıdır (Altan, 2006).

2008 yılında turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisine sağladığı doğrudan istihdam 436.6 bin olarak gerçekleşirken, küresel krizin getirdiği olumsuz etkilerle sektörün istihdam yaratmadaki reel artış hızı azalmasına karşın, sektörün sağladığı doğrudan istihdamın 2009'da 443.1 bine; 2010 yılında ise ülkedeki toplam istihdamın %2.1'ini oluşturarak 447.5 bine yükselmesi öngörülmektedir. Turizmin Türkiye'de 2010 yılında yaratacağı %6.4 oranındaki doğrudan ve dolaylı toplam istihdamın, 1.389 bin'den, 2020 yılında 1.847 yükselerek %7.2 oranında gerçekleşmesi beklenmektedir (Çizelge 1.9.).

Çizelge 1.9. Türkiye seyahat ve turizm endüstrisi istihdam oranları

	2008	Toplam	2009	Toplam	2010	Toplam	2020 ^a	Toplam
	Bin	İstihdama	Bin	İstihdama	Bin	İstihdama	Bin	İstihdama
	Kişi	Oranı	Kişi	Oranı	Kişi	Oranı	Kişi	Oranı
		(%)		(%)		(%)		(%)
Doğrudan	436.6	2.1	443.1	2.1	447.5	2.1	592.5	2.3
İstihdam								
Doğrudan	1 361	6.4	1 375	6.5	1 389	6.4	1 847	7.2
ve								
Dolaylı								
İstihdam								

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü verilerinden derlenmiştir www.wttc.org

a: Tahmin

WTTC'nin 2020 yılı tahminleri, Türkiye'de turizm sektörünün yarattığı doğrudan istihdamın, toplam istihdam içerisinde alacağı payın artarak %2.3'e ulaşacağını ve yaklaşık 593 bin kişiye istihdam sağlayacağını göstermektedir.

Turizm pek çok ÷lke tarafından kalkınmanın bir aracı olarak gör÷lmektedir. Turizm ÷lkede yeni iş imkânları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelişmişlik farkının azalmasına etki yaparak bölgelerde dengeli kalkınmaya imkân tanımaktadır. Turizm yatırımları bir ÷lkenin daha az kalkınmış bölgelerinde teşviklerle hız kazandığında, bu yatırımların bölgede yarattığı yeni iş imkânları çalışan kesimin gelirlerini arttırmanın yanı sıra, bölgenin gelir dağılımında da olumlu etkiler oluşturmaktadır (Zengin, 2010).

Çizelge 1.10.'de yıllar itibariyle turizmin GSYH içerisindeki oranlarını ve turizm gelirlerinin ihracata oranını verilmektedir. 1980 yılında turizmin GSYH içerisindeki payı 0.6 iken, bu oran istikrarlı bir şekilde artarak 2000'li yıllarda %6.9 ile en yüksek noktasına ulaşmıştır. 2009 yılında 3.4 olan bu oran 2010 yılında ise 2.6 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 1.10. Yıllar itibariyle turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı ve ihracata oranı

YILLAR	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı	Turizm Gelirlerinin İhracata oranı
1980	0.6	11.2
1981	0.8	8.1
1982	0.7	6.4
1983	0.8	7.2
1984	1.7	11.8
1985	2.8	18.6
1986	2.1	16.3
1987	2	16.9
1988	2.6	20,2
1989	2.4	22
1990	2.1	24.9
1991	1.8	19.5
1992	2.3	24.7
1993	2.2	25.8
1994	3.3	23.9
1995	2.9	22.9
1996	3.2	25.7
1997	4.2	30.8
1998	3.8	28.9
1999	2.8	19.6
2000	3.8	27.5
2001	6.9	32.1
2002	6.6	33.9
2003	5.5	28.2
2004	5.3	25.2
2005	5.0	24.7
2006	5.2	19.7
2007	2.8	17.3
2008	3.0	16.6
2009	3.4	20.8
2010	2.6	18.3

Kaynak: 2012 yılında Türkiye seyahat acenteleri birliği verilerinden derlenmiştir www.tursab.org.tr

1.6. Araştırma Amaçları, Varsayımları ve Beklentiler

Bu bölümde, araştırma amaçları ve varsayımlar ve beklentiler 3 başlık altında toplanmıştır.

1.6.1. Araştırma amaçları

Doğal kaynakların toplumun refahı üzerinde etkisi büyüktür. Bir toplum sahip olduğu doğal kaynakları diğer üretim faktörleriyle birlikte verimli bir şekilde mal ve hizmet üretiminde kullanabildiği ölçüde daha yüksek refah düzeyine ulaşabilir. Çünkü günümüz dünyasında doğal kaynaklar olmadan bir mal ve hizmet üretimi düşünülemez. Dolayısıyla sahip olunan doğal kaynakların refah düzeyine etkisi toplumun üretim sürecindeki verimlilik, beceri ve sürdürülebilir bir şekilde kullanım düzeyine bağlıdır.

Ülkemizde ve dünyada en dışa açık sektör olan turizm, bugün artık bir endüstri haline gelmiş ve ülkelerin ekonomik göstergeleri üzerinde giderek artan bir önem kazanmıştır. Turizm alanlarındaki gelişmeler, bu gün daha farklı ürün seçeneklerinin sunumunu da beraberinde getirmiştir ki; bunlar arasında bu çalışmanın ana temasını oluşturan “özel ilgi turizmi” öne çıkan bir alan olarak görülmektedir. Bu yenilikler ülkemizde özellikle bölgemizde turizm sektörünü daha iyi bir konuma taşıyarak, bir atılımın gerçekleşmesinde etkili olabilecek türde oluşu bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Medeniyetin beşiği olarak bilinen ve “Verimli Hilal” ya da “Yukarı Mezopotamya” olarak adlandırılan coğrafyada yer alan Şanlıurfa, tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır (Anonim, 2008). Bundan dolayı Şanlıurfa tarihi ve turistik yönden bir açık hava müzesi görünümündedir. Ancak sahip olunan bu doğal kaynaklara dayalı potansiyel yeterince değerlendirilememektedir.

Şanlıurfa potansiyel olarak tarihi ve kültürel miras bakımından bir hayli büyük öneme sahip olmasına karşın, bunların yöre ekonomisine katkısı en düşük düzeydedir. Bu sorun bilimsel olarak ele alınması gereken hayati öneme sahip bir olgudur.

Kültür varlıkları açısından önemli bir mirasa sahip olan Şanlıurfa kentinde, yapılan tespitlere göre M.Ö 25. yüzyıldan itibaren günümüze kadar Ebla Krallığı, Akkad Krallığı, Sümerler, Babiller, Hititler, Hurri-Mitanniler, Aramiler, Asurlular, Persler, Makedonyalılar, Emeviler, Abbâsiler, Nûmeyroğulları ve Mervânîler, Büyük Selçuklular, Suriye-Filistin Selçukluları, Musul Atabeyliği, Mısır ve Suriye Eyyubileri, Roma ve Bizans imparatorlukları egemenlik kurmuş olan medeniyetlerdir.

Şanlıurfa kent merkezi sit alanları ve tescilli taşınmaz kültür varlıkları açısından en zengin yerleşim yeridir. Merkez ilçede 110 adet sit alanı ve 1110 adet tescilli yapı, çok sayıda paleolitik dönem izlerini taşıyan mağara bulunmaktadır. Bunlar arasında Şehir Surları, Urfa Kalesi, Göbekli Tepe, Şanlıurfa Mozaikleri, Hanlar, Camiler ve Medreseler, Manastır ve Kiliseler, Çarşılar, Hamamlar, Kervansaraylar, Köşkler ve Konaklar sayılabilir (Çizelge 1.11.).

Çizelge 1.11. Tescil gruplarına göre Şanlıurfa kültür varlıkları

Arkeolojik Sit Alanı	350
Doğal Sit Alanı	3
Kentsel Sit Alanı	6
Tarihi Sit Alanı	1
Sivil Mimarlık Örneği	1054
Anıtsal Yapı ve Abideler	3
Antik Yerleşme	1
Askeri Yapı	10
Çeşme	1
Dinsel Yapı ve Türbe	110
Doğal Varlık	4
Endüstriyel ve Ticari	16
Han	2
İdari Yapı	16
Kalıntılar	6
Kültürel Yapı	102
Kümbet Ev	108
Mezarlar	21
Şehitlikler	2
Roma Yerleşim Yeri	3
Su Yapısı	7
Ticaret Yapısı	1
TOPLAM	1827

Kaynak: 2012 yılında Şanlıurfa il kültür ve turizm müdürlüğünden alınmıştır

Bu çalışmanın amacı bölgemizdeki tarihi alanların kullanım değerlerini tespit ederek, alanın değerini arttırıcı, akılcı ve sürdürülebilir kullanımlarının belirlenmesine, bu kullanımlara bağlı olarak alana gelen ziyaretçi sayısında, dolayısıyla gelirden artış sağlanmasına, alandaki doğal ve kültürel yapının önemine dikkat çekilerek korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına yardımcı olmaktadır.

Türkiye’de son yıllarda hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinde (Kaya 2002; Pak, 2003; Ateşoğlu, 2008; Belkayalı, 2009; Çınar, 2009; Doğuay 2009), milli parklarda ve orman içi dinlenme yerlerinde sunulan rekreasyon hizmetlerinin ekonomik değerlerinin belirlenmesine yönelik birkaç araştırma (Ortaçeşme, 2002; Pak ve Türker, 2006; Kaya, 2009) ile koşullu değerlendirme yönteminin kuramsal

temelleri ve uygulamasıyla ilgili olarak konuya belirli bir eğilim mevcuttur (Ateşoğlu, 2008). Ancak özellikle tarihi alanların ekonomik değerinin belirlenmesi için herhangi bir araştırmanın yapılmamış olması bu çalışmaya ayrı bir nitelik kazandırmaktadır.

Bu çalışmada incelenen tarihi alanları (Şanlıurfa Kalesi, Harran Harabeleri ve Göbekli Tepe) ziyaret eden yabancı turistlerin ödeme istekliliği tespit edilerek hem bu varlıkların değeri belirlenecek, hem de elde edilecek gelirlerle sürdürülebilirliği sağlanacaktır. Bu çalışmada ortaya çıkacak sonuçlar yerel yöneticilerin akılcı ve olumlu karar almasına da yol gösterici olabilecektir.

Gelişen dünyada özellikle son yıllarda oluşan “özel ilgi turizmi” anlayışına sahip pek çok turist mevcuttur. Bu turistler; deniz, kum, güneş dışında kalan özellikle doğaya dayalı turizm faaliyetlerine katılmak istemektedirler. Kültür, tarihi alanlar ve inanç turizmini talep eden ancak bu gün kısıtlı sayıda olan kitleler; uygun pazarlama tekniklerinden yararlanarak yönlendirmek suretiyle potansiyel hedef kitle haline dönüştürülmeleri mümkündür.

Tarihi ve turistik öneme sahip doğal ve kültürel öğelerin korunarak turizme kazandırılması, bu tür tarihi öneme sahip yerlerin koruma ve kullanma dengesinin sağlanması amacıyla ziyaretçilerin ödeme istekliliklerinin belirlenmesi, buna bağlı olarak tarihi ve kültürel öğeler konusunda bilinç yaratılması, bilinçli ziyaretçi sayısının artırılarak ilimiz ve bölge ekonomisine olumlu katma değer yaratılması bu çalışmanın amaçları arasında gösterilebilir. Ayrıca yapılan analiz sonuçlarına dayalı olarak, bir takım politikalar, önlemler ve/veya tavsiyeler yerel yöneticilere ışık tutması açısından ortaya konulmuştur.

1.6.2. Varsayımlar

Şanlıurfa'nın Tarihi Yerlerinin Ödeme İstekliliği Yöntemi Kullanılarak Ekonomik Değerlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma isimli çalışmada, şunlar kanıtlanmaya gerek görülmeden doğru kabul edilmiştir.

1. Bu çalışmada kullanılan Koşullu değerlendirme tüm Dünya'da doğal kaynakların ve çevrenin ekonomik değerini belirlemede hem kuramsal açıdan hem de uygulama açısından genel kabul görmüş bir yöntemdir.
2. Doğal kaynaklar ve çevresel mallar pazarı olmayan yani pazarda alınıp satılamayan üretim faktörleri arasındadır.
3. Bu çalışmanın saha araştırmalarında yapılan anketlerde hedef kitle olarak Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistler seçilmiştir. Ayrıca yerli turistlerle anket yapmak ihtiyacı hissedilmemiştir. Çünkü eğer ödeme istekliliğine etki eden faktörleri homojen olarak kabul edersek ve genel eğilimin normalleştiğini varsayarsak o zaman birinin ölçümü diğerine referans olabilir. Dolayısıyla yabancılardan elde edilecek ödeme istekliliği yerliler için referans olabilir. Örneğin yabancılar için elde ettiğimiz ödeme istekliliğinin 1/3'ünü yerliler için düşünebiliriz. Çünkü genelde yerli turizmi teşvik için yabancı turistlere oranla daha az bir masraf öngörülmektedir. Yani genelde yerli turistler için gişe ücreti yabancı turistlerden daha azdır. Örneğin Ayasofya için yabancılara \$15 ise yerlilere \$5'dir. Bu durumda yerliler için maksimum gişe ücreti ne olabilir? Tabii ki yabancıların ödediğinin aynısı olabilir. Eğer ödeme istekliliğini etkileyen bütün faktörler homojense her ne kadar seçicilik sorunu varsa da yabancıların ödediğinin aynısı yerli için de varsayılabilir. Eğer homojen değilse senaryo biraz değişebilir. Fakat istatistikte önemli bir kural vardır. O da normallik varsayımdır. Yani faktör sayısı arttıkça her iki grubunda benzerlik sayısı artacağından dolayı var olan farklılıkların meydana getirmiş olacağı ayırım sonumlanacaktır. Yani aradaki fark ortadan kalkacaktır her ikisi de homojenliğe doğru gidecektir. Bu sebepten ötürü birinin ödeme istekliliği diğeri için referans kabul edilebilir. Farz edelim ki yerli turistlerle anket yaptık. Bu sefer yabancıya önerdiğimiz teklif fiyatın daha azını yerli turiste önermemiz gerekecektir. Keza her iki gruba da aynı teklif fiyatları önerdiğimiz takdirde yerli turist hep hayır cevabı verecektir. Teklif fiyatlarını düşürdüğümüz zaman ise yerli turist evet cevabı verecek fakat yabancı turiste bu para çok düşük gelecektir. Yani araştırmacı kendisi bir sapma (bias) oluşturmuş olacaktır.

4. Araştırma alanında birçok tarihi ve kültürel alanlar mevcuttur. Ancak çalışmada turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerlerden Şanlıurfa Kalesi, Göbekli Tepe ve Harran Harabeleri ile sınırlandırılmıştır.

1.6.3. Araştırmadan beklentiler

Bir ülkenin kırsal ya da az gelişmiş bir bölgesinde turizmin gelişmesi demek, o ülkenin gelişmiş ve az gelişmiş bölgeleri arasındaki ekonomik dengesizliklerin de azalması anlamına gelmektedir. Ülkenin az gelişmiş bölgesinde turizmin gelişimi ile birlikte, o bölge ekonomisine yeni kaynaklar akacak, yeni iş sahaları ve istihdam alanları oluşacak ve bölge ekonomisinin her sektörde/alanda sağlamış olduğu gelir de buna paralel olarak artacaktır.

Buna bağlı olarak, bir hizmet sektörü olan turizmin ülke içinde gelişmesi ve büyümesi, bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının ortadan kalkmasına ve kalkınmaya yardımcı olacağı öngörülmektedir. Bu anlamda çalışmadan beklenen bölgesel kalkınmada turizm sektörünün ekonomik açıdan nasıl bir öneme sahip olduğunu nitel ve nicel olarak incelemektir.

Türkiye’de batı ve doğu bölgeleri arasında ekonomik anlamda bir gelişmişlik farkının olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Dolayısıyla, bölgeler arası gelişmişlik farkının azaltılması ve dengeli büyüme ve kalkınmanın sağlanması noktasında turizm sektörüne önemli görevler düştüğü ortadadır. Bölgede, başta kaynak sorunu ve bölgesel gelişme alanındaki kurumsal yapının yetersizliğini ortadan kaldırarak, turizmi teşvik ederek, destekleyerek, tesis ve nitelikli eleman yetersizliğini gidererek ve bölgede var olan potansiyeli iyi değerlendirerek, daha çok turisti bölgeye çekmek mümkün olabilir (Bahar, 2007).

Turizmin bölgede gelişmesi, tüm imkânların bu anlamda sonuna kadar kullanılması ve daha fazla turist bölgeyi ziyaret etmesiyle birlikte; istihdam, gelir ve katma değer artacak, sürdürülebilir kalkınma gerçekleştirilebilecek ve sonuçta bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması açısından bir iyileşmenin olması beklenmektedir (Bahar, 2007).

Özet olarak, bölge ekonomisi tarıma bağlıdır. Bölgede sanayinin gelişmesi için ciddi sermaye birikimine, eğitime, altyapıya ve nitelikli elemana ihtiyaç vardır. Bu çeşit üretim faktörlerinin bölgede eksikliği hissedilmektedir. Buna karşın, bölgenin tarihi, kültürel ve dini turizm potansiyeli mevcuttur. Mevcut bu turizm potansiyeli ve alternatif fırsatlar iyi değerlendirilebilirse, bölgenin turizm sektörü yardımıyla kalkınması sağlanması beklenebilir.

Türkiye'nin kıyı turizmüne ek olarak, zengin ve çeşitli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu şüphesizdir. Bunlar içinde Şanlıurfa'nın tam anlamıyla kendine özgü ve eşsiz tarihi ve kültürel çekiciliğinin ayrı bir yeri vardır.

Bu çalışmanın beklentilerinden biride Şanlıurfa'nın turizm potansiyeli göz önünde tutularak turistik gelişme seviyesini ve bunun bölgenin ekonomik kalkınmasına katkısını belirlemek ve hak ettiği düzeye gelebilmesi için politika önerileri geliştirmektir. Ayrıca Şanlıurfa'nın bir turizm markası olması ve kalkınması, diğer benzer nitelikteki bölgeler için de bir model olmasını sağlayabilir.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Doğal kaynakların işletilmesi ve fiyatlandırılması konusu oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça çeşitlidir. Ancak bölgemiz kapsamında bulunan tarihi alanların ödeme istekliliği yöntemi kullanılarak değerinin tespiti konusunda herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Yapılan çalışmaların çoğu rekreasyon ve orman alanlarıyla ilgilidir. Araştırma konusu ile ilgili benzeri çalışmalar, değişik zamanlarda ve yerlerde araştırmacı kişiler tarafından yapılmıştır. Konuyla ilgili benzeri yerli ve yabancı araştırmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Ekonomik etkinliklerde doğrudan ya da dolaylı biçimde yoğun kullanılan fakat piyasa sisteminde temsil edilmeyen çevresel mal ve hizmetlerin fayda ve maliyetlerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar 20. Yüzyılın ilk yarısında başlamıştır (Uslu, 2002).

Koşullu değerlendirme yöntemi ile ilgili ilk çalışma Ciriacy-Wantrup tarafından 1947 yılında yayımlanmıştır. Bu çalışmada toprak erozyonunun önlenmesinin faydaları araştırılmıştır. Bu faydalardan bazılarının (derelerde siltasyonun azaltılması gibi) kamusal mal özelliğinde olduğu gözlenmiştir. Bu tip faydaları saptamak için bireylere doğrudan erozyonun önlenmesi için ödemeye istekli oldukları para miktarları sorgulanmıştır. Ancak, bu yöntem doğrudan faydaların saptanmasında kullanılmamıştır (Uslu, 2002).

Bilimsel olarak koşullu değerlendirme yöntemi ilk defa 1963 yılında Davis tarafından milli park hizmetlerinin sağladığı rekreasyon aktivitelerinin faydaların saptanmasında kullanılmıştır. Bu faydaların saptanmasında milli parka giriş ücretleri için ödemeye isteklilikler sorgulanmıştır.

Pearce (1983), fayda ve maliyet analizleri başlıklı çalışmasında çevresel fayda ve maliyet değerlendirmesinin orijini, fayda ve maliyetlerin belirlenmesi ve ölçülmesi, faydaları, sorunları, etkinliği ve ilkeleri ayrıntılı olarak anlatılmış ve bir çalışma üzerinde örneklendirilmiştir.

Loomis ve Kent (1989), koşullu değerlendirme yönteminin güvenilirliğini genel nüfusun ve ziyaretçilerin farklı zamanlardaki değerlerinin karşılaştırılması ile test etmiştir. Çalışmada, ABD'nin California Eyaleti'nde Sierra Nevada Dağlarının doğusunda bulunan Mono Gölü'nün korunması için ödemeye isteklilikler araştırılmıştır. Çalışma iki hedef kitleye uygulanmıştır. 1. Hedef kitle California Eyaleti'nde bulunan genel nüfustan, 2. Kitle ise gölü ziyaret eden kişilerden oluşturulmuştur. Nisan 1986'da başlatılan çalışma, genel nüfus için örnekleme telefon rehberine göre rastlantısal seçimle yapılmıştır. Mektup ile yapılan sorgulamada 588 hanenin 188'i anket formunu doldurarak geri göndermiştir. Gölü ziyaret edenlerin ilk sorgulaması 152 kişi ile görüşme şeklinde yapılarak ikinci değerlendirme için bunların mektup adresleri alınmıştır. Ocak 1987'de ise iki kitle için yeniden sorgulama yapılmıştır. Genel nüfus için, birinci sorgulamayı cevaplayan aynı haneler yeniden mektup ile sorgulanırken, ziyaretçilerin ikinci sorgulaması mektup adresleri alınan bireylerden 128'ine ulaşılarak gerçekleştirilmiştir. Her iki kitle içinde istatistiksel açıdan bireylerin belirttiği ödemeye isteklilik değerleri arasında farkın olmadığını saptamıştır. Ödemeye istekliliğin zaman açısından durağan olduğunu savunmuştur.

Carson (1992), Alaska'da meydana gelen Exxon Valdez kazasından sonra denize yayılan ham petrolün birçok deniz ve kara ekosistemi üzerinde yarattığı tehditlerin ekonomik boyutları ölçülmeye çalışılmıştır. Koşullu değer belirleme yönteminin bugüne kadar en önemli kullanımı ve çevre ekonomistlerinin gözlüğünden belki de geçirdiği en önemli test bu çalışma olmuştur. 1043 denekle kişisel görüşmeler yapılmış ve ödeme aracı olarak bir defaya mahsus eyalet vergisi kullanıldığı çift sınırlı kapalı uçlu değer belirleme soruları sorulmuştur. Örneklemin %26'sı protest cevaplar vermiş ve sonuçta %95 güven düzeyinde ortalama ödeme eğilimi 94\$/hane halkı olarak hesaplanmıştır.

Carson ve Mitchell (1993), temiz suyun değerini tekneçilik, balıkçılık ve yüzme yapabilecek kalitede su için ödemeye isteklilikleri araştırdıkları çalışmalarında, su kirliliği kontrolünün toplumsal faydalarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada ABD'de seçilen 61 örnek bölgede toplam 813 kişi ile yapılmıştır. Su kalitesi için hane başına yıllık ortalama ödemeye isteklilik fonksiyon

düzeyine göre, tekneçilik yapılabilir düzeyine getirmek için 93 ABD Doları, balıkçılık yapılabilir düzeyine yükseltmek için 70 ABD Doları ve yüzülebilir olması için 78 ABD Doları olarak saptanmıştır.

Gümüş (1994), Ankara Mamak çöplüğünün rehabilitasyon projesinin olası yararlarının saptanmasına yönelik araştırmasında, devletin ekonomiye müdahalesi ve toplumsal fayda ve maliyet değerlendirilmesi konusunda bilgiler vermiş, Ankara Mamak çöplüğünün rehabilitasyonu sonucunda kötü koku ve görsel kirliliğin yok edilmesinin ve konut fiyatlarındaki artışın sağlayacağı toplumsal faydaları koşullu değerlendirme yöntemi uygulayarak belirlemeye çalışmıştır. Karşılıklı görüşme yoluyla anket şeklinde yapılan çalışmada, rehabilitasyon projesi sonucunda, çöplüğün yakınında yaşayan 250 aile reisi (hane) ile kötü koku ve görsel kirliliğin yok edilmesinin, 204 kişi ile konut fiyatlarındaki olası artışın ve Ankara Mamak çevre yolu kullanıcısı olan 74 kişi ile de yolu kullanmaları sırasında çöplüğün koku ve görüntüsünün yok edilmesinin faydaları sorgulanmıştır. Toplumsal fayda ve maliyet değerlendirmesi çalışmasında 30 yıl süreli ve % 1 indirim oranı ile projenin faydası 1994 yılı değeri ile 23 trilyon TL olarak saptanmıştır.

İmer (1997), nonmarket valuation techniques applied to environmental commodities for pricing: a case study on Eymir adlı yüksek lisans çalışmasında Evrim İMER, Pazar dışı bir mal olarak Eymir gölünün doğasını ele almış ve dolaysız Pazar dışı değerlendirme teknikleri kullanarak bir deneme yapmıştır. Bu çalışmada; Pazar dışı değerlendirme teknikleri sunulduktan sonra varsayımsal özgün senaryolar oluşturularak, Eymir gölünün çevre sorunlarını iyileştirme konusunda ödeme istekliliği ve bunu etkileyen değişkenleri incelemiştir.

Tyrvainen ve Vaananen (1998), koşullu değerlendirme yönteminin kentsel orman alanının değerinin belirlenmesindeki etkinliğini tespit etmeye çalışmıştır. Uygulama alanı olarak da Finlandiya'da Kuzey Carelia'nın başkenti Joensuu seçilmiştir. Çalışmada; ağaçlandırılmış rekreasyon alanlarının kullanım değeri ve çevresel kalitenin oluşturulmasında küçük orman parklarına halkın ödeme eğilimi belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar birçok katılımcının ağaçlandırılmış rekreasyon alanlarının kullanımı için ödeme eğiliminde olduklarını göstermiştir.

Kuriyama (1998), Kushiro Sulak Alanlarındaki Ekosistemin Değerinin Belirlenmesi adlı çalışmada Kushiro Sulak Alanının korunması için kullanıcıların ödeme eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada koşullu değerlendirme yöntemi kullanılmış ortalama ödeme eğiliminin 16.414 /yen/yıl/birey olduğu belirlenmiştir.

Schults (1998), Costa Rica'daki milli parkların giriş ücretlerini koşullu değerlendirme yöntemiyle belirlemeye çalışılmış, giriş ücretlerindeki yükselişler gelirlerde artış sağlarken ziyaretçi oranını azalttığı tespit edilmiş. Costa Rica'daki milli parklarda 1994 yılına kadar giriş ücreti yabancılar için 1\$, yerel halk için 0.65\$ iken Haziran 1995'te giriş ücretleri, az ve çok ziyaret edilen parklar için farklı giriş ücreti uygulamasıyla çok fazla arttırılmıştır. Nisan 1996'da ücretler bir miktar düşürülmüştür. 1995 yılında gerçekleştirilen bu araştırmada çalışma alanı olarak Poas ve Miguel Antonio milli parkları seçilmiştir.

Hörnsten ve Fredman (2000), rekreasyonel ormanların konutlara uzaklığına göre katılımcıların ödeme eğilimlerini koşullu değerlendirme yöntemi ile belirlemeye çalışmıştır. İsveç'te ormanların rekreasyonel amaçla kullanımı geleneksel bir olgudur. Yapılan incelemelerde İsveçlilerin ortalama olarak en az haftada bir ormana gezme amaçlı gittikleri belirlenmiştir. Bu çalışmada 1000 kişi seçilmiş ve konutlarıyla orman alanı arasındaki mesafenin ne olmasını tercih ettikleri sorulmuştur. Koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada %40 katılımcının evlerinin ormana yürüme mesafesinde (< 1 km) olmasını tercih ettikleri belirlenmiştir. Ödeme eğilimindeki artışın konut-orman alanı arasındaki mesafenin uzamasından kaçınmakla artacağı belirlenmiştir.

Loomis (2000), yapılan çalışmada, Platte Nehrinin 45 millik bölümünde 5 adımda ekosistemin onarılması planlanmaktadır. Bu adımlar kirli suyun arıtılması, suyun doğal arındırılması, erozyon kontrolü, balık ve yaban yaşamı için habitat kontrolü ve rekreasyondur. Bu bağlamda; çevre halkıyla yapılan görüşmelerde su faturalarında bu onarım çalışmalarına bağlı olarak meydana gelecek artışlarla ilgili ödeme isteklilikleri belirlenmeye çalışılmıştır. 100 kişi ile yapılan görüşmelere göre ayda ortalama 21\$ ya da yılda 252\$ ödeme yapabilecekleri tespit edilmiştir.

Kenyon ve Nevin (2001), İskoçya'nın Borders bölgesinde Ettrick Vadisi yakınlarındaki ulusal ölçekte öneme sahip ormanlık bölgede, koşullu değerlendirme çalışması uygulanmıştır. Yaşama ortamlarının geliştirilmesi, soyu tükenmekte olan türlerin koruma altına alınması ve rekreasyonel amaçlı kullanım alanlarının artırılması için bir proje başlatılmış ve proje maliyetinin yaklaşık 700.000\$ olduğu yerel yönetim tarafından açıklanmıştır. Yapılan koşullu değerlendirme analizinde ise hane halkı başına ortalama 21\$, toplam olarak ise 900.000\$'lık ödeme arzusu tahmin edilmiştir. Elde edilen sonuç projenin sosyal faydası olarak kabul edilmiş ve projenin uygulanmasına karar verilmiştir.

Kaya (2002), Türkiye'de orman kaynaklarının pazarı olmayan faydalarının ekonomik değerinin ölçümüne yönelik olarak yapılan bilimsel çalışmaların yetersizliği tespit edilerek, çalışmada, Türkiye ormanlarının sürdürülebilir yönetimi için konunun kavramsal ve metodolojik temellerinin araştırılması gerekliliğinden hareketle, orman kaynaklarının ürettiği pazarı olmayan mal ve hizmetlerin ekonomik değerinin belirlenmesi için geliştirilen yöntemler incelenmiş ve elde edilen bilgilerin ülke orman kaynakları yönetiminde hangi sorunları çözebileceği irdelenmiştir.

Ortaçesme (2002), Antalya'da yer alan Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı'nın rekreasyon kullanım değeri Bireysel Seyahat Maliyeti (BSMY) ile belirlenmeye çalışılmış, bu amaçla Eylül 1998- Haziran 1999 tarihleri arasında Parkı ziyaret edenlere yüz yüze görüşme yoluyla 500 anket uygulanmış, Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı'nın talep fonksiyon modelinde seyahat masrafları (akaryakıt giderleri), alternatif alanların varlığı, ziyaretçilerin yaşı, eğitim düzeyi ve gelir durumu bağımsız değişkenler; alana bir yılda yapılan ziyaret sayısı da bağımlı değişken olarak alınmıştır. Araştırma sonuçları, Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı'nın Temmuz 1999 fiyatlarıyla, yılda yaklaşık 21.500.000.000 TL'lik rekreasyonel kullanımından doğan bir ekonomik değere sahip olduğunu göstermiştir.

Haab ve Mcconnell (2002), valuing environmental and naturel resources- the econometrics of non-market valuation adlı kitapta piyasa değeri olmayan kaynakların değerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerin teorik içeriğinden bahsetmiştir. Koşullu değerlendirme yönteminin, seyahat maliyeti yönteminin ve hedonik

fiyatlandırma modelinin kuramsal yapıları detaylı olarak açıklanmış olup özellikle kullanılan ekonometrik modellerden bahsedilmiştir.

Pak (2002), orman kaynağından rekreasyonel amaçlı yararlanmanın ekonomik değerinin tahmin edilmesi ve bu değer üzerinde etkili olan değişkenler üzerine bir araştırma (Doğu Akdeniz ve Doğu Karadeniz bölgesi orman içi dinlenme yerleri örneği) adlı doktora tezinde doğal kaynakların ekonomik değerinin tahmin edilmesinde temel amacın var olan kaynakların akılcı kullanımıyla sağlanacak faydanın değerinin belirlenmesi olduğu belirtilmiştir. Çalışmada orman kaynağından rekreasyon amaçlarla yararlanmanın ekonomik değerinin belirlenmesi amacıyla iki farklı bölge araştırma alanı olarak seçilmiş ve Bireysel Seyahat Maliyet Yöntemi kullanılarak bireysel tüketici rantı, yıllık toplam tüketici rantı hesaplanmıştır.

Boyacıgil (2003), hedonik pricing yönteminin İskenderun kenti örneğinde uygulaması isimli çalışmada, İskenderun'da kentsel çevre niteliğinin geliştirilmesinin toplumsal fayda ve maliyetlerinin değerlendirilmesine çalışılmıştır. Bu çalışmada, genel, yerel ve konuta ait yeşil alan varlığı, hava niteliği, gürültü düzeyi ve sosyal donatı alanlarının varlığının düzeyleri ile konut fiyatları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla hedonik pricing ve contingent valuation yöntemleri kullanılmıştır. Hedonik pricing yöntemi kullanılarak nitelikli bir kentsel çevre ile konut fiyatları arasında olumlu yönde yüksek bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Buradan alınan sonuçlar contingent valuation yöntemi ile kontrol edilmiştir. Bireylerin ödemeye isteklilik eğilimlerini esas alan contingent valuation yöntemi uygulaması sonucunda, çevresel özelliklerin geliştirilmesinden elde edilecek toplumsal faydanın piyasa fiyat sistemi içerisinde nasıl yer alabileceği irdelenmiştir.

Bu çalışmanın sonucunda, kentsel çevre niteliğinin konut fiyatları üzerinde değişimler yarattığı ve kullanıcıların nitelikli bir kentsel çevreden sağlayacakları faydanın karşılığı olan maliyete katlanacakları tespit edilmiştir.

Altunkasa (2004), bu makale; yeni kentsel gelişme alanlarının fiziksel planlama kararlarına yön verebilecek sistematik verilere ulaşabilmek için, parasal bir değerlendirme yöntemi kullanarak yeşil alanların konut piyasasında temsil edilebilirliği incelenmiştir.

Mitchell ve Carson'nun (2005), *using surveys to value public goods- the contingent valuation method* isimli kitabında, koşullu değerlendirme yöntemini kullanarak kamu alanlarının değerinin belirlenmesi, koşullu değerlendirme yönteminin kuramsal temelleri, koşullu değerlendirme yönteminde kullanılan senaryoların oluşturulması konuları ele alınmıştır.

Yankaya (2005), bu çalışma İzmir metrosunun konut fiyatları üzerindeki etkilerinin hedonik fiyat yöntemi ile modellenmesi başlığıyla yayınlanmıştır. Çalışmada hedonik fiyat modeli, ulaşım yatırımının konut fiyatına olan etkisinin ölçülmesinde kullanılmıştır. Sonuçta; ulaşım altyapısında ki yatırımın konut fiyatlarını, etki alanı içinde arttırdığını göstermektedir.

Tanrıvermiş ve Mülayim (2005), tarafından gerçekleştirilen sanayinin neden olduğu çevre kirliliğinin tarıma verdiği zararların değerinin biçilmesi: Samsun Gübre (TÜGSAŞ) ve Karadeniz Bakır (KBI) sanayileri örneği adlı çalışmada, çevre kirliliğinin tarıma verdiği zararların değerinin biçilmesi amacıyla TÜGSAŞ ve KBI örnek olarak seçilmiştir. Bu amaçla verimlilik değişimi, koruma masrafları ve koşullu değerlendirme yöntemi ile seçilen örnek olayda oluşan zararlar belirlenmiştir. 1994 yılında Tekkeköy'de kirliliğin başlıca bitkisel ürünlerde yarattığı zarar 70,8 milyar TL olarak tahmin edilmiştir. Bitkisel ürün zararları ile fabrikalardan uzaklık arasında ters ilişki belirlenmiştir.

Ahmed ve Gotoh'un (2006), *cost-benefit analysis of environmental goods by applying the contingent valuation method* adlı kitabında; çevresel fayda ve maliyetlerin ölçülmesinden, çevresel kaynakların değerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerden bahsedilmiştir. Ayrıca örnek alanlar üzerinde yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Isahaya Bay alanının değeri koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir.

Tümay (2006), fayda analizi: Köyceğiz – Dalyan su havzasında bir Senaryo Destekli Değerlendirme (SDD) yöntemi uygulaması isimli makalede; SDD yöntemi kullanılarak, Köyceğiz – Dalyan bölgesinde bulunan atık su arıtma tesislerinin işletmeye alınması ile birlikte yer altı ve yüzey suyu kalitesinin bozulmamasının halkın gözündeki ekonomik değerinin belirlenmesine çalışılmıştır. Halkın ortalama ödeme isteği hesaplanmış, ayrıca arıtma tesisinin işletilmesinin sağladığı fayda hesaplanarak, fayda maliyet analizi yapılmıştır.

Beyazay (2007), tahmin yöntemi olarak tam bilgiye dayalı en çok benzerlik yöntemi kullanılan bu çalışmada, gerekli veri seti uygulanan anket ile elde edilmiştir. Böylelikle aylık ortalama net gelir, iş deneyimi, bakmakla yükümlü olunan çocuk sayısı ve risk beklentisi faktörlerinin döviz, hisse senedi, gayrimenkul ve altın tercihleri üzerindeki etkileri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Altın tercihi karşılaştırma grubu olarak seçilmek üzere diğer tüm yatırım araçlarının tercih olasılığı ortalama net aylık gelir ve iş deneyimi değişkenleri ile pozitif, bakmakla yükümlü olunan çocuk sayısı değişkeni ile negatif yönlü ilişki içinde olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca altın ve gayrimenkul tercihlerinin olasılıkları risk beklentisi değişkeni ile negatif, döviz ve hisse senedi tercihlerinin olasılıkları risk beklentisi değişkeni ile pozitif ilişkili olarak belirlenmiştir.

Karabay (2007), Manisa ili bağ alanlarında kullanılan tarımsal ilaçların gıda güvenliğine etkisinin koşullu değerlendirme yöntemiyle analizi ve üretici duyarlılığının belirlenmesi üzerine bir araştırma isimli çalışmada üreticilerin ödeme istekliliklerinin belirlenmesinde koşullu değerlendirme yöntemi kullanılmıştır.

Eren (2008), GAP bölgesinde kaliteli içme suyunun fiyatlandırılmasına etki eden faktörler isimli makalede hanelerin sağlıklı, kaliteli içme suyu için aylık ortalama fazladan ödemek istedikleri fiyatı belirlemiş ve bu ödeme istekliliğine etki eden faktörler koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir. Anılan çalışmada haneler sağlıklı içme suyu için aylık yaklaşık 6 TL ödemeyi kabul etmişlerdir.

Ateşoğlu (2008), Balamba orman içi dinlenme yerinin topluma sağladığı rekreasyon hizmetlerinin ekonomik değerini belirlemek amacıyla dört-koşul ödeme aracı kombinasyonu ve koşullu değer belirleme yöntemi kullanılarak farklı koşullu ödeme aracı kombinasyonları için deneklerin ortalama tüketici rantları bulunmuştur.

Arıkan (2008), Marmara üniversitesi, sosyal bilimler enstitüsü, ekonometri anabilim dalında yaptığı yüksek lisans tezi çalışmasında ev kiralarını etkileyen faktörleri hedonik fiyat yöntemiyle bulmaya çalışmıştır.

Belkayalı (2009), Yalova termal kaplıcalarından, rekreasyon ve turizm amaçlarıyla yararlanmanın seyahat maliyeti yöntemiyle ekonomik değerinin belirlenmesi ve elde edilen yararlanma değerinin yapılan yatırım tutarlarıyla karşılaştırılması amacıyla yapılan çalışmada; öncelikle izlenen yöneteme bağlı olarak Yalova termal kaplıcalarında 154 anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve SPSS programına veriler girilerek çalışmanın veri tabanı oluşturulmuştur. Daha sonra, seyahat maliyet yöntemi için gerekli istatistiksel analizler yapılmış ve rekreasyonel ve turizm amaçlı kullanım değeri belirlenmiştir. Rekreasyon ve turizm taleplerini etkileyen değişkenler tespit edilmiş, ayrıca Yalova termal kaplıcalarına gelen ziyaretçilerin sosyo - ekonomik, kültürel ve demografik özellikleri arasındaki farklar da irdelenmiştir. Yapılan analizler sonunda; araştırma konusu Yalova termal kaplıcaları için, seyahat maliyeti yöntemine göre 1.239.014.400 TL/Yıl tüketici rantı değeri tespit edilmiştir.

Çınar (2009), üreticilerin tarımsal yayım ve danışmanlık hizmetleri için ödemeye istekli oldukları ücretlerin belirlenmesi: Aydın ili örneği adlı yüksek lisans tezinde üreticilerin özel tarımsal yayım ve danışmanlık hizmetleri için ödemeye istekli oldukları ücretlerin belirlenmesi amacıyla Aydın iline bağlı 12 ilçede rastgele seçilmiş 399 üretici ile anket yapılmıştır. Üreticilerin ödeme isteğinin analizinde tobit ve probit analizleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonunda üreticilerin özel tarımsal yayım ve danışmanlık hizmetlerinden yararlanmak için dekar başına yıllık 6.59 TL ödeme isteğine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Doğunay (2009), Aydın bölgesindeki pamuk üreticilerinin çevresel duyarlılıklarının belirlenmesi adlı yüksek lisans tezinde aydın bölgesindeki pamuk

üreticilerinin koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak çevresel duyarlılıklarının belirlenmesine çalışılmıştır. Ayrıca damlama sulama eğilimine etki eden faktörleri probit ve logit yöntemleriyle incelenmiştir. Sonuç olarak bölgede çiftçilerin ödeme istekleri damlama sulama için 18.5 TL/da, çevre şartlı doğrudan gelir desteği kabul etme isteği ise 132 TL/da olarak bulunmuştur.

Gürlük (2009), Manyas Gölü'nün çevresel değerlendirme üzerine bir araştırma adlı makalede koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak Manyas Gölü'nün çevresel kalite düzeyinin artırılmasına yönelik senaryo projeye kişi başı 60 TL/Yıl ödeme arzusu olduğu saptanmıştır.

Miran (2009), Dilek Yarımadası- Büyük Menderes Deltası milli parkında seyahat maliyeti yöntemi ile rekreasyon kullanım değeri belirleme isimli makalede 2006 yılı milli parkın rekreasyon kullanım değeri seyahat maliyeti yöntemi ile belirlenmiş, yıllık ziyaret sayısı, bağımlı değişken; ziyaretçilerin sosyo - ekonomik özellikleri ve seyahatleri hakkındaki bazı bilgiler, bağımsız değişkenler olarak kullanılmış olup, sonuçta bir kişi için gezi başına tüketici rantı 83.98 TL olarak tespit edilmiştir. Milli parkın rekreasyonel değeri ise 41.990.000 TL olarak belirlenmiştir.

Horasanlı (2010), bu çalışmada, Yozgat merkezde kömür ve doğalgaz kullanımının yerine konut ısıtılmasında jeotermal enerjinin kullanımının çevresel faydaların belirlenmesi amacı ile koşullu değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Jeotermal enerji kullanımı için ödeme isteği tespit edilmiş ve jeotermal enerji kullanımı altında yatan motivasyonlar değerlendirilmiştir. Sonuçta; hane ısıtılmasında jeotermal enerji kullanımı ile hava kalitesinin artırılması ve iklim değişikliği etkilerinin azaltılması için ortalama ödeme isteği 50 ABD Doları/kişi olarak bulunmuştur. Aynı zamanda araştırmanın sonunda araştırma alanında yaşayanların iklim değişikliğinin önemini bildikleri ve jeotermal enerji kullanımının iklim değişikliğini olumlu yönde azaltacağına inandıklarını göstermektedir. Keza jeotermal enerji yatırımının 3 yıl içerisinde kendisini amorti edeceği bundan dolayı fizibilite çalışmasında jeotermal yatırımının gerçekleştirilmesinin mümkün olduğu sonucuna varılmıştır.

Karaağaç (2010), tüketicilerin fonksiyonel gıdaları kullanmaya ve ödemeye razı olduğu miktarı etkileyen faktörler: Antalya ili örneği isimli yüksek lisans çalışmasında Türkiye’de fonksiyonel gıda ürünlerine tüketicilerin ödemeye istekli oldukları fiyat üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesiyle birlikte tüketicilerin fonksiyonel gıdalardan nasıl haberdar oldukları bu ürün grubunu ne sıklıkla kullandıkları ve fonksiyonel gıdalardan nasıl bir fayda bekledikleri tespit edilmiştir. Bu kapsamda, Anket çalışması ile elde edilen verilerin değerlendirilmesinde koşullu değerlendirme yöntemiyle birlikte ordered probit model kullanılmıştır. Kullanılan modellerle elde edilen bulgulara göre Antalya ilinde 1000 kişi ile yapılan çalışma sonucu fonksiyonel gıda tüketicisi olanların oranı % 78.7 iken tüketmeyenlerin oranı% 21.3’dür. Cinsiyet ve yaş faktörünün fonksiyonel gıda kullanımını etkilemediği görülmüştür. Fonksiyonel gıda kullanımının tüketicinin gelir seviyesi ile kuvvetli bir ilişkisi bulunmamakla birlikte düşük gelir seviyesinde olan tüketici ile yüksek gelir seviyesindeki tüketicilerin bu gıda grubunu farklı oranda kullandıkları belirlenmiştir.

Kaya (2011), koşullu değer belirleme araştırmalarında yanlış kaynakları adlı literatür araştırmasında; Türkiye’de koşullu değer belirleme yöntemi ile çevresel değer belirleme araştırmalarının son yıllarda arttığını belirlemiştir. Bununla birlikte çevresel değer belirleme literatüründe koşullu değer tahminlerinin geçerliliği ve güvenilirliğini etkileyen çok sayıda yanlış kaynağı tanımlanmıştır. Bunun için Türkiye’de konu ile ilgili yayımlanmış çalışmalar toplanmış ve araştırma ihtiyacı kanıtlanmıştır. Tüm bunlara ek olarak, nedenleri, varlıklarına yönelik veya karşıt kanıtlar, kontrol testleri, sakınmak için alınması gereken tedbirler gibi çeşitli açılardan bu yanlış kaynakları açıklanmış ve irdelenmiştir.

Geleto (2011), çevrenin ve doğal kaynakların değerinin belirlenmesinin öneminden hareketle, bu değer belirlemenin yöntemi olan koşullu değer belirleme kuramsal ve sayısal açıdan literatür taranarak tespit edilmiştir. Ayrıca yöntemin sorunlarından detaylı bir şekilde bahsedilmiştir. Doğal kaynakların ve çevrenin değerinin belirlenmesinde çok yaygın bir şekilde kullanılan koşullu değer belirleme yönteminin aslında içinde çok çeşitli sapmaların olabileceği sonucuna varılmıştır. Bu sorunları gidermek adına gereken öneriler sunulmuştur.

Şu ana kadar özetlenen çalışmalar değerlendirildiğinde ve özellikle yabancı literatürlere bakıldığında koşullu değerlendirme yönteminin olumlu ve olumsuz yönlerinin tartışıldığı ve çözüm önerilerine yönelik çalışmalarda bulunduğu gözlenmektedir. Koşullu değerlendirme yöntemi ile temelde herhangi bir doğal kaynaktan elde edilen, fakat ekonomik değeri pazar ortamında para ile ifade edilemeyen faydaların parasal değerlerinin tahmin edilebileceği görülmektedir. Tarihi alanlardan turizm amaçlı yararlanmanın ekonomik değerinin tahmin edilmesini amaçlayan bu çalışmada; Şanlıurfa'nın tarihi alanlarının ekonomik değerinin belirlenmesi amacıyla koşullu değerlendirme yönteminin uygulanmasının uygun olacağı, çalışmanın konuyla ilgili ulusal literatüre önemli bir katkısının olacağı anlaşılmaktadır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırma alanını Şanlıurfa'da bulunan tarihi eserler oluşturmaktadır. Ancak ilimizde çok miktarda tarihi eser bulunduğundan araştırma alanı olarak Urfa Kalesi, Harran Harabeleri ve Göbekli Tepe seçilmiştir. Araştırma materyali, birincil ve ikincil veri kaynaklarından toplanmıştır. 2009 yılı Nisan-Mayıs ayları içerisinde ilimizi ziyaret eden yabancı turistlerle anket yapılarak elde edilen bilgiler araştırmanın birincil verilerini oluşturmaktadır. Bu çalışmada; Şanlıurfa valiliği il kültür turizm müdürlüğünden temin edilen istatistikî veriler ve bu konuda yapılan lisansüstü tezlerden ve yayınlardan, kongre bildirilerinden vb. ikincil veri olarak yararlanılmıştır. Ayrıca, araştırma alanı ile ilgili her türlü yayın ve belge materyal olarak kullanılmıştır.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örneklem ve veri toplamada kullanılan yöntem

Çalışmanın ana materyalini basit tesadüfî örneklem yöntemiyle seçilen ve Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistlerle yapılan yüz yüze anket çalışmalarından elde edilen yatay kesit verileri oluşturmaktadır. Bunun için daha önce yapılmış çalışmalarda dikkate alınarak araştırmanın amacına uygun bir anket formu hazırlanmıştır. Amacına uygun olarak düzenlenen anket formunda demografik soruların yanı sıra her üç tarihi esere yönelik olarak ödeme istekliliğinin belirlenmesi amacıyla çeşitli sorular yöneltilmiştir. Ayrıca tarihi eserlere olan duyarlılığı ölçmek için Likert tipi sorulara da ankette yer verilmiştir. Örneklem hacmi aşağıdaki formül yardımıyla bulunmuştur.

$$n = \frac{Nt^2 pq}{d^2(N-1) + t^2 pq} \quad (\text{Yamane, 2006}) \quad (3.1)$$

Formülde;

n: Örneklem hacmini,

N: Ana kitledeki birim sayısını, ana kitledeki birim sayısı yani 2009 yılında Şanlıurfa'da konaklayan yabancı turist sayısı il kültür turizm verilerine göre 41.700 olarak tespit edilmiştir (www.urfakultur.gov.tr).

t: Örneklem büyüklüğü 30'dan fazla olduğu için z değeri alınacaktır. Z tablo değeri %99 güven aralığında 2.58 olarak alınmıştır.

p: Ziyaretçilerin tarihi yerleri ziyaret etme olasılığı. %50 yani 0.50 olarak alınacaktır.

q: Ziyaretçilerin tarihi yerleri ziyaret etmeme olasılığı 1-p: 0.50

d: %7 hata payı ile çalışıldığından 0.07 olarak alınmıştır.

Yukarıdaki formülde değerler yerine konulduğunda 336 adet anket yapılmasının uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem

Araştırma kapsamında elde edilen veriler sorulacak sorulara göre genel bir kodlama planı yapılmış ve Excel ortamına aktarılmıştır. Değişkenlerle ilgili ekonometrik model kurulmuş ve LIMDEP paket programı kullanılarak verilerin analizi yapılmıştır. Anılan doğal kaynakların ekonomik değerinin belirlenmesi için birçok değerlendirme teknikleri kullanılmaktadır. Bunları dolaylı ve doğrudan teknikler olarak sınıflandırabiliriz. Dolaylı yöntemler arasında seyahat maliyeti yöntemi ve hedonik fiyatlandırma yöntemini sayabiliriz. Seyahat maliyet yöntemi (SMY), talep tahmin yöntemlerinden birisi olan Gravite (Cazibe) Modeli'nden geliştirilmiştir ve ilk kez 1930'lu yıllarda H. Hotelling tarafından milli parkların değerlendirilmesinde bir araç olarak önerilmiştir (Ortaçesme, 1997). Bu modele göre, rekreasyon alan kullanımı ya da rekreasyon alanına olan talep, bir yerleşim merkezinden rekreasyon alanına kadar olan uzaklığa bağlıdır. Yerleşim merkezi ile rekreasyon alanı arasındaki uzaklık, alanın rekreasyon amaçlı kullanımı ile ters orantılıdır. Bir başka deyişle, uzaklığın artmasıyla kullanım düzeyi azalmakta; uzaklığın azalmasıyla kullanım düzeyi artmaktadır (Ortaçesme, 2000).

SMY'nin temel varsayımı; bireyin, ikamet ettiği yerden bir rekreasyon alanına ulaşım için yapmış olduğu toplam harcamaların, onun bu alan için ödemeye razı olduğu para miktarını yansıtmasıdır. Yapılan harcamalarla bir yılda yapılan ziyaret sayısı arasında ilişki kurularak, rekreasyon alanındaki tüketici rantı hesaplanabilmektedir.

Dolaylı ölçüm tekniklerinden biri olan Hedonik fiyat yöntemi, farklı özellik demetlerine sahip olan mallar olarak ifade edilen, homojen olmayan, yani heterojen olan mallar için geliştirilmiştir. HFY' nin temelleri ilk olarak G. C. Haas (1922) tarafından atılmıştır.

Heterojen mal tanımına göre konut, araba, bilgisayar, cep telefonu gibi malların tek bir fiyatı olmamakta, bunlara eklenen her bir özellik, malın fiyatı değişmektedir. Konut piyasasını ele alınacak olursa, oda sayısı, konutun alanı, ısınma sistemi gibi yapısal faktörlerin yanında, yeşil alanlara, eğitim kurumlarına, hastanelere uzaklık gibi çevresel faktörlerin her biri eklendiğinde konutun fiyatı etkilenmektedir. Yani bireyler malın özelliklerine eklenen her bir özellik için ödemeye gönüllülük düzeylerini arttırmaktadır. İktisat biliminden de bilindiği gibi, bireyler ödemeye gönüllülük düzeylerini arttırırken, aslında faydalarını maksimize edecek tercihlerde bulunurlar. Tüketici teorisine dayanan bu konu HFM' nin de zeminini oluşturmaktadır (Arıkan, 2008).

Her ne kadar yukarıda özelliklerini açıklamaya çalıştığımız SMY ve HFY doğal kaynakların ekonomik değerini belirlemede kullanılsa bile içlerinde birçok zayıf yönleri de barındırmaktadırlar. Örneğin, SMY doğal kaynak değeri hakkında kapsamlı politik soruları cevaplandırmada yetersiz kalmaktadır. Alanın varoluş değerini dikkate almamaktadır. Sadece belirli bir çevresel emtianın doğrudan kullanan kişilerin sağladığı faydaları ortaya koymaktadır. Buna karşın, doğal alanlarla ilgisi olmayan kişilere bazı faydaların sağlandığı durumlarda doğal alanın değerini göz ardı etmektedir. Keza HFY'de doğal bir alana olan yakınlıkları nedeniyle mülk fiyatlarındaki değişimler, bu doğal alanın topluma sağladığı faydanın değerini tam olarak yansıtmayabilir. Tarım alanları örneğinde olduğu gibi doğal alanlara yakın mülklerin değeri düşebilmektedir. Bir başka sorun ise, bazı

unsurların tüketici tarafından kısmen kontrol edilmesidir. Bu gibi durumda, bireyin pazar dışı malın hem üreticisi hem de tüketicisi konumuna gelmektedir. HFY, bir çevre kalitesinin pazar değişkenlerine ait verilerle temsil edilebileceği durumlarda daha kullanışlı olmaktadır. Örneğin; şehirlerdeki mülkiyet değerleri hava kalitesi, kent parklarına yakınlık veya gürültü düzeyleri hakkında fikir verebilir (Ortaççeşme, 1997).

Tüm bunların ötesinde, dolaylı yöntemler ya mevcut ya da geçmişteki pazar verilerini kullanmakta, dolayısıyla gelecekte çevre kalitesi üzerinde olası bir değişikliği değerlendirmeleri mümkün olmamaktadır. Bu nedenle, çalışmamızda geleceğe yönelik bir değişimle ilgilenildiği ve önemli dolaylı faydaları söz konusu olacağından çalışmamızda koşullu değerlendirme yönteminin kullanılması daha uygun olacaktır.

Bu çalışmada kullanılan koşullu değerlendirme yöntemi ise temelde bir anket yöntemi olup; gerekli veriler araştırmaya konu olan çevresel kaynağı kullanan veya kullanmayan bir grup insanla yapılan anket sonucu elde edilmektedir. Koşullu değerlendirme yöntemi esasta şu basit varsayıma dayanır: “Şayet insanların, çevre ile ilgili bir özellik için, ödemek istedikleri miktarı öğrenmek istiyorsan, en kestirme yoldan bunu, onlara sorabilirsin” (Özsabuncuoğlu, 2005). Yöntemin uygulanmasında, piyasada alınıp satılmayan herhangi bir çevresel mal veya hizmet için farazi bir piyasa oluşturularak, söz konusu mal veya hizmetlerden insanların elde edecekleri faydalar bir senaryo ile anket için seçilen kişilere sunulmakta ve insanların bu mal veya hizmetin kullanımından veya tüketilmesinden elde ettikleri fayda karşılığında ne kadar ücret ödemek istedikleri öğrenilmektedir.

Geliştirilen senaryo ile elde edilen ödeme istekliliği ya da eğilimi ÖDE değerleri, ekonomik anlamda kişilerin yaptığı özverinin bir ölçüsü olmaktadır. Bu, aynı zamanda bireyin gelirinin bir kısmından vazgeçebilmesi anlamına gelmektedir. İnsanların bireysel ÖDE, bu yöntemin temel verisi olmaktadır. KDY(Koşullu Değerlendirme Yöntemi) uygulanması beş safhada olmaktadır. Bunlar; kuramsal bir pazar (piyasa) oluşturulması, verilerin toplanması, ortalama ÖDE değerinin

belirlenmesi, ÖDE değer fonksiyonunun tahmin edilmesi ve toplam değerlerin hesaplanması aşamalarından oluşur.

Aşamaların ilk adımı kurumsal pazar oluşturulmasıdır. Burada, parasal değeri tahmin edilmek istenen mal veya hizmet için, varsayımsal bir piyasa oluşturulmaktadır. Bu senaryoda, hâlihazırda zorunlu olarak bir bedel alınmayan söz konusu mal veya hizmet için bireylerin bedel ödeme nedeni ortaya konmaktadır. Bu amaçla, deneklere iki temel form sunulmaktadır. Bunlar; kazanılacak bir rahatlık için ne kadar bir ücret ödemek isteyecekleri (ÖDE) miktardan oluşmaktadır.

İkinci aşamada anket verileri elde edilecektir. Üçüncü aşamada ortalama ödeme eğilimi tespit edilecektir. Dördüncü aşamada ödeme eğilimi değer fonksiyonu tahmin edilecektir.

Ekonometrik çalışmalarda bağımlı değişkenin nitel olması durumunda Sınırlı Bağımlı Değişken Regresyon Modelleri kullanılmaktadır. İki durumu gösteren bağımlı değişken bir olayın olma ya da olmama durumunu ifade etmektedir. Olayın olma durumunda bağımlı değişken “1”, olmama durumunda ise “0” değerini almaktadır (Gujarati, 2006). Çalışmamızda ziyaretçilerden koşullu değerlendirme yöntemiyle oluşturulmuş senaryoda teklif edilen giriş fiyatına evet-hayır türünden bir tercih veya karar belirtmeleri istenmektedir. Bu nedenle bu tür modeller ikili tercih modelleri (binary-choice models) olarak adlandırılmaktadır. Bu tip modellerin tahmininde üç yöntem kullanılmaktadır. Bunlar, Doğrusal Olasılık Modeli, Logit Modeli ve Probit Modelidir.

İkili tercih modellerinden en basit olanı Doğrusal Olasılık Modeli (DOM) dir. Buna göre bir karar biriminin belli bir tercihi yapma olasılığını onun sahip olduğu özelliklerini katsayılar itibarıyla doğrusal bir fonksiyonu varsayan DOM’da bağımlı değişkenin koşullu beklenen değeri, bağımsız değişken değerleri veri iken olayın gerçekleşmesinin koşullu olasılığıdır. Bilinen en küçük kareler yöntemi ile kolayca tahmin edilmesine karşılık, DOM u_i hata teriminin normal dağılımı ve değişen varyanslı olması, belirlilik katsayısı R^2 nin genellikle küçük çıkması, olasılıkların (P_i) X_i nin doğrusal bir fonksiyonu olması ve 0-1 aralığının dışına düşebilmesi (Özer, 2004) sorunlarından dolayı Probit modelinin çalışmamızda kullanılması tercih

edilecektir. Aslında Logit ve Probit modelleri ise büyük benzerlikler göstermektedir. Bir modelde elde edilen katsayılar belirli bir sabit sayı ile çarpılması veya bölünmesi sonucunda diğer modele ait parametreler rahat bir şekilde elde edilmektedir (Eren, 2008).

Ancak çalışmamızda kullandığımız anket formunun özelliğinden dolayı 3 adet model öngörülmüştür. 1. modelde teklif fiyatlarımıza karşı ödeme istekliliğini (ortalama WTP) ölçmek için probit regresyon modeli kullanılacaktır. Sınırlı bağımlı değişken modellerinde ziyaretçilere teklif edilen miktarı kabul etme veya etmeme durumunun gözlenmeyen bir fayda indeksine örneğin I_i 'ye bağlı olduğu farz edilir. Bu gözlenmeyen fayda indeksi bir takım X gibi bağımsız değişken setine bağlıdır ve fayda indeksinin sıfırdan pozitif değerler alması ölçüsünde teklif edilen fiyatlara pozitif cevap verilme olayın olma ihtimali artmaktadır (Gujarati, 2006). Bu I_i indeksi,

$$I_i = X_i\beta + \varepsilon_i$$

$$X_i\beta = \beta_0 + \beta_1\text{Cinsiyet} + \beta_2\text{Mdurum} + \beta_3\text{Eğitim} + \beta_4\text{Yaş} + \beta_5\text{Avrupalı} + \beta_6\text{Avustralyalı} + \beta_7\text{Amerikalı} + \beta_8\text{Çsayısı} + \beta_9\text{Tekgrp} + \beta_{10}\text{ZMaliyet} + \beta_{11}\text{Zsıklığı} + \beta_{12}\text{Algılama} + \beta_{13}\text{Tekfiyat} \quad (3.2)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Bu indeks değeri örnek olup, modele uygun bulunduğu ek değişkenler eklenecektir. Değişkenlere ait betimleyici istatistik Çizelge 3.1'de verilmiştir. Söz konusu olan tarihi alanlar için ödeme istekliliği, teklif edilen parasal miktarı kabul etme veya etmeme doğrultusunda iki yanıt kategorisine ayrılmıştır. Teklif miktarına evet diyenler 1, hayır diyenler ise 0 ile kodlanacaktır.

Çizelge 3.1. Modelde kullanılan tüm değişkenlere ait betimleyici istatistikler

Değişkenler	Betimleyici terimler	Birimler
Cinsiyet	Ziyaretçilerin Cinsiyeti	Erkek ise 1 Bayan ise 0
Emekli	Ziyaretçinin Halen Çalışıp Çalışmadığı	Emekli ise 1 Değilse 0
Mdurum	Ziyaretçilerin Medeni Durumu	Evli ise 1 Değil ise 0
Yaş	Ziyaretçilerin Yaşı	Yıl
Eğitim	Ziyaretçilerin Eğitim Durumu	Yıl
Uzaklık	Ziyaretçilerin Hangi Uzaklıktan Geldikleri	Avrupa ise 1 Değilse 0
Bsayısı	Hanede Yaşayan Birey Sayısı	Sayı
Çsayısı	Hanedeki Çocuk Sayısı	Sayı
Bsayısı	Hanede Yaşayan Birey Sayısı	Sayı
Tbaşına	Ziyaretin tek başına mı yoksa gurup olarak gerçekleştirildiği	Tek başına 1 Grup 0
Zsebebi	Hangi gerekçe ile ziyaret gerçekleşti	Tatil ise 1 Tarihi ve Kültürel ise 0
Gelir	Ziyaretçilerin Aylık Gelirleri	USD
Tek Fiyat	Ziyaretçilere Teklif Edilen Fiyat	USD
Harcama	Ziyaretçinin ortalama yıllık seyahat masrafı	USD
Zsıklığı	Ziyaretçinin bölgeyi ziyaret sıklığı	Sık Sık ise 1 Değilse 0
Garaç	Ziyaretçinin hangi ulaşım aracıyla ziyareti gerçekleştirdiği	Uçak ise 1 Diğer 0
Algılama	Likert Sistemi ile Tarihsel Alanları Algılama Derecesi	İndeks

Çalışmamızda kullanılacak yukarıdaki modelde ele alınan bağımsız (açıklayıcı) değişkenlerin açıklanan bağımlı değişken ödeme istekliliğiyle ne tür bir ilişki olduğu katsayılar itibariyle şu şekilde açıklanabilir. Kuramsal olarak koşullu değerlendirme modelimizde;

Cinsiyet: Koşullu değerlendirme analizlerinde erkek ziyaretçilerin ödeme istekliliğinin kadın ziyaretçilere göre daha fazla olması;

Emekli: Ziyaretçilerin emekli olması durumunda gelirlerinde bir azalma olacağından daha az ödemeye yönelmeleri;

Medeni Durum: Evli ziyaretçinin bekâr ziyaretçilere göre ödemeye daha fazla istekli olacakları;

Eğitim Seviyesi: Eğitim seviyesi arttıkça ödeme istekliliğinin de artacağı;

Yaş: Yaş arttıkça ödeme istekliliğinin azalması;

Uzaklık: Ziyaretçinin Avrupa dışından bir yerden gelmesi yani Amerika veya Uzakdoğu'dan gelmesi durumunda daha fazla ödeme isteğinde bulunacağı;

BSayısı: Ailedeki birey sayısı ile ödeme istekliliğinin doğru orantılı olacağı;

Ziyaret Sayısı: Ziyaretçinin yılda kaç seyahat yaptığı ödeme istekliliğini arttıracığı;

Tbaşına: Grup olarak gerçekleşen ziyaretlerde ödeme eğiliminin artacağı;

Zsebebi: Tarihi, dini ve kültürel sebeplerle ziyaret edenlerin ödeme eğiliminin daha güçlü olacağı;

Gelir: Aynı şekilde gelir arttıkça ödeme istekliliğinin de artacağı;

Tekfiyat: Teklif edilen fiyatla ödeme istekliliğinin ters orantılı olacağı;

Harcama: Ziyaretçinin yıllık ortalama seyahat harcamalarının yüksek oluşu ödeme istekliliğini olumlu yönde etkileyeceği;

Zsıklığı: Ziyaret sıklığı çok olan turistin daha fazla ödemeye istekli olacağı;

Garaç: Uçakla gelen ziyaretçinin ödeme eğiliminin artacağı;

Algılama: Likert sistemi ile elde edilen tarihsel alanları algılama derecesi yükseldikçe ödeme istekliliğinin de artacağı beklenmektedir.

Her bağımlı değişken için I_i 'nin belli bir değerinden (kritik veya başlangıç değeri) itibaren söz konusu olayın yani teklif miktarına evet deme durumu ortaya çıkmaktadır. Başlangıç değeri I_i^* ile ifade edecek olursak; I_i değeri ancak I_i^* değerini aştığında teklif edilen miktara evet deme olasılığı gerçekleşecek aksi halde gerçekleşmeyecektir. I_i^* başlangıç değeri de I_i gibi gözlenmemekle beraber, normal dağılım fonksiyonundan aynı ortalama ve varyanslı dağıldığı farzedilerek I_i değerleri ile β parametreleri tahmin edilmektedir. Normal dağılım varsayımıyla I_i^* 'nin I_i 'den

küçük veya eşit olma ihtimali standartlaştırılmış normal kümülatif (birikimli) dağılım fonksiyonu ile hesaplanabilir.

$$\begin{aligned}
 P_i &= \Pr(Y_i = 1) = \Pr(I_i^* \leq I_i) \\
 &= F(I_i) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{I_i} e^{-\frac{t^2}{2}} dt = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{x'\beta} e^{-\frac{t^2}{2}} dt = \Phi(x'\beta)
 \end{aligned} \tag{3.3}$$

Burada t standartlaştırılmış normal değişkendir. Yani $t \sim N(0, 1)$ 'dir. P_i teklif edilen miktarı kabul etme olasılığını ifade etmekte Y_i ise durumun olup olmama durumunu göstermektedir (Gujarati, 2006). Ayrıca $\Phi(x'\beta)$ olayın meydana gelme olasılığını yani kümülatif normal dağılımı, $1-\Phi(x'\beta)$ olayın meydana gelmeme olasılığını ifade etmektedir.

Bağımlı nitel değişkenli modellerin hata terimlerinin dağılımı için lojistik dağılımı kullanan Logit modelleri ile yine hata terimlerinin dağılımına ilişkin eğriyi normal eğri olarak kabul eden Probit modellerinin tahmini için Sıradan En Küçük Kareler (SEK) yönteminin uygulanması uygun değildir. Bu yöntemle yapılacak tahminler sonucunda elde edilecek parametreler etkin olmayacaktır. Ayrıca istatistikte tüm ana kütleler kendilerine karşılık gelen bir olasılık dağılımı ile tanımlanırlar. Sıradan en küçük kareler yöntemi ise özünde olasılık dağılımları ile ilgili herhangi bir varsayım içermez. Bu nedenle çıkarsama yapmada SEK tek başına bir işe yaramaz. SEK, genel bir değiştirge tahmin yaklaşımından çok örneklem bağlanım işlevlerini bulmada kullanılabilir bir hesaplama yöntemi olarak görülmelidir. SEK yönteminden daha güçlü kuramsal özellikler gösteren bir diğer nokta tahmincisi ise “en çok olabilirlik” (maximum likelihood), kısaca “EO”(ML) yöntemidir.

En çok olabilirlik yönteminin ardında yatan temel ilke, şu beklentidir: “*Rastsal bir olayın gerçekleşmesi, o olayın gerçekleşme olasılığı en yüksek olay olmasındandır.*” Bu yöntem 1920’li yıllarda İngiliz istatistikçi Sir Ronald A. Fisher (1890-1962) tarafından bulunmuştur. Ki-kare sınaması, Bayesçi yöntemler ve çeşitli ölçüt modelleri gibi birçok istatistiksel çıkarım yöntemi temelde EO yaklaşımına

dayanmaktadır. EO yöntemini anlayabilmek için elimizde rastsal olarak belirlenmiş bir örneklem ve dağılım katsayıları bilinen farklı ana kütle adayları olduğunu varsayalım. Bu örneklemin farklı ana kütlelerden gelme olasılığı farklı ve bazı ana kütlelerden gelme olasılığı diğerlerine göre daha yüksektir. Elimizdeki örneklem eğer bu ana kütlelerden birinden alınmışsa, alınma olasılığı en çok olan ana kütlede alınmış olduğunu tahmin etmek akılcı bir yaklaşımdır (Yalta, 2007).

Bu durumda çalışmamızda yukarıda andığımız Probit modeline ilişkin parametreleri tahmin etmek için En Çok Olabilirlik (MLM: Maksimum Likelihood Method) Yöntemi kullanılacaktır. Probit modeli doğrusal model olmadığından dolayı MLM ve logaritmali MLM yöntemleri aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$L = \prod_{i=1}^n P_i^{y_i} (1 - P_i)^{1-y_i}$$

$$\ln L = \sum_{i=1}^{y_i} y_i \ln P_i + \sum_{i=1}^{1-y_i} (1 - y_i) \ln (1 - P_i) \quad (3.4)$$

Yukarıdaki lnL modelinin azamileştirilmesi ile ilgili probit modeline ait katsayılar elde edilmektedir.

Çalışmamızda oluşturduğumuz anket formunda bulunan soru tipi özelliğine göre ise dışa vurulmuş maksimum ödeme istekliliği miktarını (stated willingness to pay) ise İki Aşamalı Sıradan Ek Küçük Kareler Yöntemi (Two-Stage Least Squares, 2SLS) tercih edilecektir. 2SLS modeli ileriki bölümlerde detaylı bir şekilde anlatıldığından buraya alınmamıştır.

3.3. Ekonomik Değerleme Yaklaşımları

Çevresel mal ve hizmetlerin yarattığı faydaların ve oluşan hasarların çevresel etkilerinin belirlenmesi için bir pazar fiyatı belirlenmesi ya da piyasa fiyatları içerisinde çevresel mal ve hizmetlerin temsil edilmesi gerekmektedir. Bunun için temel koşullardan biri, toplam ekonomik değerin tahmin edilmesidir. Çevresel mal

ve hizmetlerin toplam ekonomik değerinin tahmin edilmesi için farklı yöntemler geliştirilmiştir. Genel olarak bu yöntemler, talep eğrisiyle ifade edilebilen ve talep eğrisiyle ifade edilemeyen yöntemler olarak iki grupta incelenmektedir.

3.3.1. Talep eğrisiz yaklaşımlar

Talep eğrisiz yaklaşımlar, analizinde herhangi bir talep eğrisi gerektirmeyen yani Marshall'ın ve Hicks'in toplumsal refah ölçütlerinin tahminini gerektirmeyen yaklaşımlardır. Talep eğrisiz yaklaşımları beş başlık altında inceleyebiliriz. Bunlar doza- tepki yöntemi (verimlilikte değişme yöntemi), gelirden değişme yöntemi, yenileme maliyeti yöntemi, koruma harcaması yöntemi ve yer değiştirme maliyeti yöntemi. Bu seminerde sınırlılıklar bölümünde de ifade edildiği üzere talep eğrisiz yaklaşımlar üzerinde fazlaca durulmayacaktır.

3.3.2. Talep eğrisi yaklaşımları

Doğal kaynakların ekonomik değerinin tahmin edilmesinde temel amaç, var olan kaynakların rasyonel kullanımıyla sağlanacak faydanın değerinin belirlenmesidir. Bu işlem, çevre unsurlarının mevcut ve gelecekteki faydalarını göz önüne alan ve çevrenin rasyonel kullanımına yönelik politik kararların alınmasında yol gösterici bir rol üstlenmektedir.

Doğal kaynak varlığının sağladığı fayda akımlarının ve çevre kalitesinin değerinin para ile ölçülmesinin önemi, iki neden ile açıklanabilmektedir: Birinci neden, ekonomik büyüme ve kalkınmayı hedefleyen projelerin oluşturduğu *sosyal faydanın* ölçülmesi ile ilgilidir. Kalkınma projelerinin sosyal fayda- masraf analizi yapılırken, proje ile sağlanan sosyal fayda, bu projenin gerçekleştirilmesi için katlanılan sosyal maliyet ile karşılaştırılmaktadır. Sosyal maliyet unsurlarının içinde ise, projenin çevre ve doğal kaynak varlığına yapacağı olası zararında hesaba katılması gerekli görülmektedir. İkinci neden ise, doğal kaynakların ve çevre ile ilgili varlıkların sağladığı faydaların, ülkelerin büyüme hızının bir ölçüsü olan milli gelir hesaplarında yansıtılması konusudur. Milli gelir hesapları, ülkenin ekonomik büyüme süreci hakkında karar alıcılara önemli bilgiler sağlamaktadır. Politika seçeneklerini değerlendiren kişileri yönlendiren çoğu veri, milli gelir hesaplarında

bulunmaktadır. Ancak pek çok ülke, milli gelir hesaplarında çevre ve doğal kaynakların sunduğu fayda akımlarının parasal değerini yansıtmamaktadır. Ülkelerin doğal kaynak varlıkları ile sağlanan ekonomik katma değer arasındaki bağ göz önüne alınmadan yapılan milli gelir hesaplamaları, ekonomik büyüme ile ilgili eksik ya da yanlış göstergeler oluşturabilmektedir. Oysa kalkınmada sürdürülebilirliğin sağlanması ve ekonomik büyümenin doğru olarak belirlenmesi için çevre ve doğal kaynak varlığından sağlanan fayda akımının parasal değerinin milli gelir hesaplarında göz önünde bulundurulmasının gerekli olduğu düşünülmektedir (Pak, 2002).

Çalışmanın bu bölümünde, doğal kaynaklardan sağlanan ve ekonomik değer parasal olarak doğrudan ifade edilmeyen ürün ve hizmetlere ekonomik değer atfetmeye ilişkin olarak geliştirilen yöntemler hakkında bilgi verilmiştir.

Doğal kaynaklar ve çevresel mallardan çeşitli amaçlarla yararlanma gibi parasal değerinin ölçülmesi zor olan ürün ve hizmetler için ekonomik değer takdir etme amaçlı yöntem önerileri, 1950’li yıllarda yapılmış olmasına karşın, uygulamalar son yıllarda hızlı bir gelişme göstermiştir.

Geliştirilen bu yöntemler, doğrudan ve dolaylı değer belirleme yöntemleri olmak üzere, iki grupta toplanmaktadır.

Doğrudan değer belirleme yaklaşımı, Hick’in refah ölçütlerini dikkate alarak potansiyel bir pazar varsayımından kaçınmakta ve karşılıklı görüşme ve anket yoluyla bireylerin çevresel mal ve hizmetlere yönelik tercihlerini ifade etmelerini sağlamaktadır. Doğrudan yöntemlerden en yaygın kullanılanı, Koşullu Değerleme Yöntemi veya Seneryo Destekli Değerlendirme Yöntemi (SDD)’dir.

Dolaylı yöntemler ise, Marshall’ın talep eğrisinin belirlediği tüketici fazlasını dikkate alarak ve ekonomik göstergelerin seyrini izleyerek bunların değişik çevresel unsurlar bakımından ifade ettiği değeri belirleme esasına dayanmaktadır. Bu yaklaşımlar tüketici tercihlerini yansıtmaktadır. Bu yöntemlerden en sık kullanılanlar ise, Seyahat Maliyet Yöntemi (Travel Cost Method), Hedonik Fiyatlandırma

Yöntemi (Hedonik Pricing Method) ve Olasılıklı Fayda Yöntemi (Random Utility Models)

3.3.2.1. Koşullu değerlendirme yöntemi

Bazı değer ölçüleri bireylerin seçim gözlemlerinden elde edilemez. Bu gibi durumlarda çözümleme için veri kaynağını belli bir senaryoya dayanarak hazırlanmış olan varsayımsal sorulara verilen cevaplar oluşturur. Bu sorulara alınan cevaplar, çevresel malların niteliğine/ niceliğine bağlı olarak oluşacak değerinin doğrudan ölçülmesidir. KYD bu tür soruları kullanan varsayımsal bir yaklaşımdır. Yöntemin koşullu değerlendirme adını almasının nedeni, bireylere araştırmacılar tarafından oluşturulan, varsayımsal koşullu durumlar karşısındaki tavırlarının soruluyor olmasından kaynaklanmaktadır (Alkay, 2003).

Yöntemin en önemli amacı ilgilenilen çevre kaynağında veya kamu mekânında meydana gelecek niteliksel/ niceliksel herhangi bir değişikliğin değerinin bireyler tarafından ölçülmesidir.

KDY temelde bir anket yöntemi olup; gerekli veriler, araştırmaya konu olan çevresel kaynağı kullanan veya kullanmayan bir grup insanla yapılan anket sonucu elde edilmektedir. Yöntemin uygulanmasında, piyasada alınıp- satılmayan herhangi bir çevresel mal veya hizmet için farazi bir piyasa oluşturularak, söz konusu mal veya hizmetlerden insanların elde edecekleri faydalar, bir senaryo ile anket için seçilen kişilere sunulmakta ve insanların bu mal veya hizmetin kullanımından veya tüketilmesinden elde ettikleri fayda karşılığında ne kadar ücret ödemek istedikleri öğrenilmektedir. Geliştirilen senaryo ile elde edilen kişilerin bireysel ödeme arzuları veya ödeme isteklilikleri Willingness To Pay (WTP) diğer yandan kabul edilen tazminat Willingness To Accept (WTA) değerleri, ekonomik anlamda kişilerin yaptığı özverinin bir ölçüsü olmaktadır. Bu, aynı zamanda bireyin gelirinin bir kısmından veya bazı mal ve hizmetlerden faydalanma adına vazgeçebilmesi anlamına gelmektedir (Pak, 2004).

Koşullu değerlendirme çalışması kısaca üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada değeri belirlenecek doğal kaynağın ya da çevresel hasarın tanımlanmasıdır. Bu aşamada oluşturulacak kuramsal bir piyasa ile söz konusu çevresel mal veya hizmetin olumlu ve olumsuz yönlerinin fotoğraf, harita ve grafik gibi görsel araçlarla desteklenerek sözlü ve yazılı anlatımlarla tanımlanıp, doğru bir şekilde anketi yanıtlayan kişiye aktarılması gerekmektedir. Böylece piyasası bulunmayan bir malın piyasası varmış gibi gösterilebilecek ve bu mala karşı olan talepler belirlenebilecektir.

İkinci aşamada veriler anketler karşılıklı görüşme yöntemiyle toplanacaktır. Anket formları ödeme aracının belirlenmesi ve ekonomik değer sorusuna ilişkin sorulardan oluşacaktır. Ödeme aracının belirlenmesinde kültürel ve demografik koşullar da dikkate alınmalıdır.

Ekonomik değer sorusuna ilişkin formatın belirlenmesinde farklı metotlar vardır. Bunlar açık uçlu sorular, iki tercihli (referandum tipi) Evet/Hayır soruları, arttırmalı (azaltmalı) iki tercihli format, yarı iki tercihli format, aşamalı fiyat teklifi oyunu formatı, ödeme kartı formatıdır.

Açık uçlu soru formatı (Open ended): Anketi yanıtlayanlara doğrudan söz konusu doğal kaynak hakkında ne kadar ödeme arzusunda oldukları sorulmaktadır. Uygulaması kolay olmasına karşın, anketi yanıtlayanın önyargılı davranıp davranmadığının iyi kontrol edilmesi gerekmektedir. Açık uçlu formatta ekonomik değerlendirme sorusu şu şekilde sorulmaktadır: “Bölgenizdeki sulak alanların sağladığı faydaların arttırılmasına yönelik olarak hazırlanacak projeye yılda ne miktar katkı da bulunmak isterdiniz”?

İki tercihli (referandum) soru formatı (dichotomous choice) : Bu soru formatında, belirli bir miktar paranın ödenip ödenmeyeceği sorgulanır. Sorgulanacak para miktarı tesadüfi olarak belirlenir. Anketi yanıtlayan, söz konusu miktarı ödemeyi kabul ediyorsa “Evet”; kabul etmiyorsa “Hayır” yanıtı vermiş olarak kabul edilecektir. Ancak Evet/Hayır yanıtları alınırken önyargılı yanıtlara dikkat edilmelidir.

Arttırmalı (azaltmalı) iki tercihli soru formatı (dichotomous choice with follow-up/down): Bu tür anketlerde, başlangıç fiyat teklifinden sonra ikinci bir “iki tercihli” soruyla ankete devam edilir. Eğer yanıt “Evet” ise miktar artırılarak ankete devam edilir. Yanıtlar “Hayır” ise işlemler tersine dönerek devam eder. Eğer sorgulama iki aşama ileri (veya geri) gidiyorsa “çift sınırlı (double-bounded) ikili tercih yöntemi”; eğer tek aşama ileri (veya geri) gidiyorsa “tek sınırlı (single-bounded) ikili tercih yöntemi” adını almaktadır. Örneğin çift aşamalı bir anket tipinde bir doğal kaynak için anketi yanıtlayanlara X birim miktar parayı ödemeyi kabul edip etmedikleri sorulmuş olsun. Anketi yanıtlayanın yanıtı “Evet” ise (X+10) birim için sorgulamaya devam edilecek, eğer yanıt yine “Evet” ise (X+20) birim için yanıt aranacaktır. Eğer son yanıt “Hayır” ise (X+10) miktarı; eğer yanıt “Evet” ise (X+20) birim miktarı anketi yanıtlayan kişinin maksimum ödeme arzusu (maksimum ödeme arzusu) olarak kabul edilecektir.

Yarı iki tercihli soru formatı (One and a half bound dichotomous choice): Anketi yanıtlayanlara; başlangıç fiyat teklifi olarak iki değer verilir. Bu iki teklife X ve Y dersek, $X < Y$ olmalıdır. Daha sonra anketi yanıtlayana, X birimden daha az ödeme isteğinde olup olmadığı sorgulanır. Yanıt “Hayır” ise ankete devam edilmeyip, X birim o kişinin maksimum ödeme arzusunu gösterecektir. Eğer yanıt “Evet” ise, Y birim para ödemeyi isteyip istemediği sorulur. Bu sorgulamada eğer yanıt “Evet” ise o kişinin maksimum ödeme arzusu Y birim, yanıt “Hayır” ise maksimum ödeme arzusu X birim olarak kabul edilecektir.

Aşamalı fiyat teklifi oyunu formatı (Iterative bidding game): Bu yöntemde, analistin belirleyeceği bir başlangıç fiyat teklifiyle sorgulama başlamaktadır. Anketi yanıtlayan kişinin vereceği yanıtlara göre maksimum ödeme arzusu değeri elde edilene kadar sorgulama devam edecektir. Ancak başlangıç noktasındaki değer seçimi maksimum ödeme arzusu değerini etkileyebilmektedir. Bunu kanıtlayan çeşitli çalışmalar literatürde yer almıştır. Bu yöntem “Arttırmalı (Azaltmalı) iki tercihli soru formatıyla benzer özellikler gösterse de, istatistik modelin oluşturulmasında temel farklılıklar bulunmaktadır. Aşamalı fiyat teklifi oyunu formatında maksimum ödeme arzusu değeri doğrudan bağımlı değişken olarak kabul edilirken; Arttırmalı veya azaltmalı iki tercihli anket yönteminde bağımlı değişken

bir yapay bağımlı değişken olup, kişinin sorgulanan değere “Evet/ Hayır” yanıtını verme olasılığını göstermektedir.

Ödeme kartı formatı (Payment Card): Ödeme kartlı anket tipinde; farklı ödeme eğilimlerinin sayısal olarak üzerinde gösterildiği bir ödeme kartı, anketi yanıtlayanlara verilerek, değeri öğrenilmeye çalışılan doğal kaynak için kendilerine uygun maksimum ödeme arzusu değerlerini bu kart üzerinde işaretlemeleri istenmektedir. Görsel açıdan anketi yanıtlayan kişiye kolaylık sağlamaktadır. Bu yöntemde bağımlı değişken yine yapay bağımlı bir değişkendir. Kişinin ödeme kartında işaretlediği rakamın düştüğü aralık değerine bir sayısal değer verilmektedir. Kaç adet aralık oluşturulacağı tüm anket sonuçları elde edildikten sonra belirlenmektedir.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, çevre ekonomisi yazınında koşullu değerlendirme yöntemiyle ilgili pek çok soru biçimi bulunmaktadır. Bunların ekonometrik çözümlenmeleri de farklılık göstermektedir. Ancak biz burada bu yöntem ile ilgili olarak üreticiler ve tüketicilerin doğal kaynakların kullanım karşılığı olarak yapmak istedikleri (WTP) ve kabul edebilecekleri (WTA) katkı miktarının belirlenmesinde ekonometrik olarak fonksiyonel biçimini sunacağız.

$$WTP_i = f (Q_i, Y_i, S_i,) \quad (3.5)$$

WTP_i : i kişisi için ödeme eğilimi

Q_i : Doğal Kaynağın Kalite Düzeyi

Y_i : Gelir Düzeyi

S_i : Sosyo – Ekonomik Değişkenler

Son yıllarda ekonometrik modelleri çözümlen yazılım programlarındaki gelişmelere koşut olarak özellikle Logit ve Probit modelleri sıkça kullanılmaktadır.

3.3.2.2. Seyahat maliyet yöntemi

SMY, talep tahmin yöntemlerinden birisi olan Gravite (Cazibe) Modeli'nden geliştirilmiştir ve ilk kez 1930'lu yıllarda H. Hotelling tarafından milli parkların değerlendirilmesinde bir araç olarak önerilmiştir (Ortaçesme, 1997). Bu modele göre, rekreasyon alan kullanımı ya da rekreasyon alanına olan talep, bir yerleşim merkezinden rekreasyon alanına kadar olan uzaklığa bağlıdır. Yerleşim merkezi ile rekreasyon alanı arasındaki uzaklık, alanın rekreasyon amaçlı kullanımı ile ters orantılıdır. Bir başka deyişle, uzaklığın artmasıyla kullanım düzeyi azalmakta; uzaklığın azalmasıyla kullanım düzeyi artmaktadır (Ortaçesme, 2000).

SMY'nin temel varsayımı; bireyin, ikamet ettiği yerden bir rekreasyon alanına ulaşım için yapmış olduğu toplam harcamaların, onun bu alan için ödemeye razı olduğu para miktarını yansıttığıdır. Yapılan harcamalarla bir yılda yapılan ziyaret sayısı arasında ilişki kurularak, rekreasyon alanındaki tüketici rantı hesaplanabilmektedir.

Bu yöntemde, ziyaret sayısı ile yapılan harcamalar arasında bir ilişki kurulmakta ve genellikle rekreasyon alanlarında tüketici rantı saptanmaktadır. Tek karar değişkeni olarak, belirli bir alana yapılan (Örneğin Balıklı Göl) ziyaret sayısı kabul edilmektedir. Rekreasyon alanına olan talebin formülü, ziyaret sayısı, alana gidiş – dönüş için yapılan harcamalar ve ziyaretçilerin gelir düzeyi gibi diğer talep belirleyicilerle oluşturulmaktadır (Ortaçesme, 1997).

SMY'nin uygulanabilmesi için ziyaret sayısı, sabit fiyatlarla ziyaret masrafı ve ziyaretçilerin gelir düzeyine ilişkin verilere gereksinim duyulmaktadır. Olası olduğu durumlarda, seyahatin doğrudan parasal maliyetinin yanı sıra, seyahat süresinin fırsat maliyeti de hesaplanmalıdır. Buna göre fayda fonksiyonu aşağıdaki şekilde ifade edilebilir. Formülde V ziyaret sayısını, Z alanın kalite ile ilgili özelliklerini, X ise diğer tüm malları göstermektedir.

$$U = u (V, Z, X) \quad (3.6)$$

SMY'nin uygulaması, mesleği şoför olan bir tüketici ele alınarak şöyle açıklanabilir: Anılan şoför çalıştığı zamanlar saatte 5 TL kazanmaktadır. Herhangi bir gün işe gitmek yerine 1 saat uzaklıktaki bir parka gittiğini ve orada 4 saat kaldığını varsayalım. Yolculuğun maliyeti, benzin, yağ, amortisman dahil 3 TL; parka giriş ücreti 1 TL olsun. Bu durumda tüketicinin masrafı 4 TL'si nakit kayıp olmak üzere toplam 24 TL olmaktadır. (Parkta kaldığı 4 saat süresince her bir saat için gelirinden 5 TL kaybettiğinden toplam gelir kaybı 20 TL'dir). Bu durumda rekreasyon alanına yapılan ziyaretin gerçek maliyeti; giriş ücreti, ulaşım masrafları ve kaybedilen gelirler toplamından oluşmaktadır.

Tüm bu değişkenlerle birlikte, tüketicinin bir yılda rekreasyon alanına yaptığı ziyaret sayısı ile ilgili verilere de sahip olunursa, tüketicinin söz konusu alan için ödemeye razı olduğu para miktarı hesaplanabilmektedir (Ortaçesme, 1997).

Seyahat maliyeti yönteminde talep eğrilerinin elde edilebilmesi için iki farklı yaklaşım geliştirilmiştir. Bunlar Kişisel Seyahat maliyeti yöntemi ve bölgesel seyahat maliyeti yöntemidir. Kişisel seyahat maliyeti yönteminde, bağımlı değişken; her bir kişi tarafından rekreasyon sitesine yapılan ziyaret sayısıdır. Ancak bu yaklaşım, siteye yapılan ziyaret sayısının artmasıyla gerçekleştirilebilecek bir yöntemdir. Kişisel seyahat maliyeti fonksiyonu şu şekilde tanımlamıştır:

$$V_{ij} = f (P_{ij} , T_{ij} , K_i , S_j , Y_i) \quad (3.7)$$

V_{ij} : i. kişinin "j" rekreasyon alanına yaptığı ziyaret sayısı

P_{ij} : i. kişinin "j" rekreasyon alanına yaptığında oluşan seyahat maliyeti

T_{ij} : i. kişinin "j" rekreasyon alanına yaptığı ziyaret nedeniyle ortaya çıkan zaman maliyeti

K_i : "j" rekreasyon alanının kalitesine ilişkin vektör

S_j : Alternatif rekreasyon alanlarına ilişkin bir vektör

Y_i : i. kişinin gelir düzeyi

Kişisel seyahat maliyetine yönelik bir araştırmanın aşamaları şu şekilde oluşmaktadır: Rekreasyon alanının tanımlanması ve anket formu kullanılarak verilerin toplanması: ziyaretçilerin yaptığı masraflar, alana yapılan ziyaret sayısı, tercihler, sosyo-ekonomik özellikler ve demografik yapının ortaya konması, seyahat fonksiyonunun belirlenmesi ve seyahat maliyetlerinin hesaplanması, talep eğrisinin bulunması ve talep eğrisinden hane halkı tüketici fazlasının elde edilmesi, rekreasyon alanının ortalama tüketici fazlasının tahmini.

Bölgesel seyahat maliyeti yönteminde; bağımlı değişken, her bir bölgeden gelen ziyaretçi sayısının bölgenin toplam nüfusuna oranlanmasıyla elde edilen “ziyaret oranıdır”. Bölgesel seyahat maliyeti yöntemi, bölgeye gelen ziyaretçilerin bir yılda sadece bir defa ziyaret yapması durumunda da analize olanak sağlamaktadır. Bölgesel seyahat maliyeti yaklaşımı, kişisel tüketimlerle ilgili gözlemleri bir araya getirmektedir. Böylece her bir bölge tek bir değişken olarak analize dâhil edilmektedir. Bu yaklaşım, bölgelerdeki değişkenlerin ortalamasının alınmasına olanak sağlayarak, bölgeye farklı yerlerden gelen ziyaretçilerin modeli istatistikî açıdan olumsuz etkilemesini önlemektedir. Bu da regresyon eşitliğinin daha sağlıklı olmasını sağlayacaktır. Bölgesel seyahat maliyeti fonksiyonunu şu şekilde tanımlanmıştır (Ortaçeşme, 2000).

$$V_{hj} / N_h = f (P_{hj}, SOC_h, SUB_h) \quad (3.8)$$

V_{hj} : h bölgesinden gelen ziyaretçi sayısı

N_h : h bölgesinin nüfusu

P_{hj} : h bölgesinden j rekreasyon alanına seyahat maliyeti

SOC_h : h bölgesinin sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin bir vektör

SUB_h : h bölgesindeki bir kişinin ziyaret edebileceği alternatif rekreasyon alanlarının özelliklerine ilişkin bir vektör

Bölgesel seyahat maliyetine yönelik bir araştırmanın aşamaları şu şekilde oluşmaktadır:

- i. Rekreasyon alanının tanımlanması, bölgelere ait ziyaretçilerden veri toplanması ve belirli bir zaman periyodunda (genellikle 1 yıl) rekreasyon alanına gelen ziyaretçi sayısının bulunması,
- ii. Bölgelerin tanımlanması ve ziyaretçilerin uygun bölgelere dağıtılması,
- iii. Hane halkı başına düşen bölgesel ziyaretlerin ve her bir bölgeden gelen ortalama seyahat maliyetinin hesaplanması,
- iv. Nüfus sayımı sonuçlarının bölgelerin sosyo – ekonomik özelliklerinin tanımlanması için kullanılması,
- v. Üçüncü ve dördüncü maddeleri seyahat türetme fonksiyonu hesaplama için kullanarak talep eğrisinin bulunması ve bölgesel hane halkı tüketici fazlasının hesaplanması,
- vi. Ortalama bölgesel tüketici fazlasının hesaplanması ve elde edilen ortalama bölgesel tüketici fazlası yardımıyla toplam tüketici fazlasının hesaplanması

3.3.2.3. Hedonik fiyat yöntemi

Dolaylı ölçüm tekniklerinden biri olan Hedonik fiyat modeli, farklı özellik demetlerine sahip olan mallar olarak ifade edilen, homojen olmayan, yani heterojen olan mallar için geliştirilmiştir. HFY' nin temelleri ilk olarak G. C. Haas (1922) tarafından atılmıştır.

Heterojen mal tanımına göre konut, araba, bilgisayar, cep telefonu gibi malların tek bir fiyatı olmamakta, bunlara eklenen her bir özellik, malın fiyatı değişmektedir. Konut piyasasını ele alınacak olursa, oda sayısı, konutun alanı, ısınma sistemi gibi yapısal faktörlerin yanında, yeşil alanlara, eğitim kurumlarına, hastanelere uzaklık gibi çevresel faktörlerin her biri eklendiğinde konutun fiyatı

etkilenmektedir. Yani bireyler malın özelliklerine eklenen her bir özellik için ödemeye gönüllülük düzeylerini arttırmaktadır. İktisat biliminden de bilindiği gibi, bireyler ödemeye gönüllülük düzeylerini arttırırken, aslında faydalarını maksimize edecek tercihlerde bulunurlar. Tüketici teorisine dayanan bu konu HFY'nin de zeminini oluşturmaktadır (Arıkan, 2008).

Bireyler konut alımında veya kiralamada, konutun bir takım karakteristik özelliklerine göre, faydalarını maksimum eden seçimlerde bulunurlar. Bu özelliklerin her biri evin değeri üzerinde artırıcı veya azaltıcı etkiye sahiptir. Konutun değeri, sahip olduğu özelliklere göre farklılaşabildiği gibi, bu özelliklerin konut üzerindeki etkisi de bölgeden bölgeye hatta ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Aslında konutun değeri fayda düzeyidir. Fayda, bireyin bir mal demetinden elde etmiş olduğu mutluluk bir diğer ifade ile tatmin ölçüsüdür. Fayda ölçülemediğinden dolayı, faydayı ölçmeye yarayacak bir takım modeller geliştirilmiştir. Bunlardan biri Hedonik Fiyat Modelidir. Örneğin; aynı büyüklük ve kaliteye sahip bir evin fiyatı, farklı hava kalitesine sahip semtlerde farklılık gösterebilir. İşte bu verilerden hareketle, tüketicilerin hava kalitesine olan talebini belirlemek olasıdır (Ortaçşeme, 1997).

HFY'inde malın fiyatı, sahip olduğu farklı özellikler ile farklılaşmaktadır. Bireyler, farklı özellik demetine sahip olan farklı malları talep etmektedirler. Bununla birlikte, bireyler talep edecekleri, farklı özellik demetine sahip mallar için, özellik miktarlarına bağlı olarak farklı fiyat ödeyeceklerdir.

HFY, bir ürün sınıfında, ilgili ürünleri farklılaştıran özelliklerin zahiri fiyatlarını tahmin etme yöntemidir. Örneğin konutun özelliklerinden konutta garaj olması ele alınırsa; konutun satış fiyatında garaj özelliğinin direk fiyatı verilmez, ama HFY ile bu özelliğin zahiri fiyatı yani hedonik fiyatı bulunabilir. Hedonik Fiyat Analizleri ile tüketicinin ödemeye gönüllü olduğu hangi özelliklere daha çok değer verdiklerini görebiliriz. Böylelikle piyasanın üretici ayağı, tüketicilerin ödemeye daha fazla gönüllü olduğu bu özellikleri üretmeye yönelir. Aslında hedonik fiyat özelliklerin fiyatı olarak ifade edilebilir. HFY ile yapılan çalışmaların odaklandığı

uygulama konusu temelde üç tanedir. Bunlar (1) otomobil , (2) kişisel bilgisayar ve (3) konut mallarıdır (Arıkan, 2008).

Bu modelde konutun, farklı özelliklerin bir araya gelmesinden oluşan heterojen bir mal olduğu varsayımı yapılmıştır. Heterojen bir malı oluşturan özelliklerin her birinin fiyat üzerindeki etkisi tanımlanabilir. Buna göre birleşik bir malın fiyatı, onu oluşturan farklı niteliklerin piyasada verilen fiyatlarının toplamıdır. Dolayısıyla, HFY heterojen bir malı oluşturan farklı özelliklerin zahiri fiyatlarını tahmin etmek için kullanılmaktadır. Literatürde, gayrimenkul, otomobil, bilgisayar gibi birçok alanda uygulanmıştır. Yöntem konut piyasasına uygulandığında, emlak vergilendirme sisteminin de bedel beyanları vatandaşa bırakılmadan regresyon modeli yardımıyla çıkarılabilir ve etkin olarak kullanılabilir. Böylece, bir kamu yatırımından doğan rantın belirli şahıslara toplanması yerine kamuya geri dönüşü sağlanabilecektir. HFY'ne göre, konut değeri; gayri – menkul, semt ve erişilebilirlik nitelikleri gibi üç ana set değişken grubu yardımıyla açıklanır.

$$P = f (H, N, L, \beta, \epsilon) \quad (3.9)$$

Yukarıdaki denklemde, P gayri – menkulün fiyatını, H gayri – menkul niteliklerini tarifleyen değişkenleri, N mülkiyetin içinde bulunduğu semtin özelliklerini tanımlayan değişkenleri, L mülkiyetin konumunu tanımlayan değişkenleri, β hesaplanan parametreler, ϵ rastlantısal hata terimidir. İlk çalışmalarda genellikle lineer veya log – lineer (üstel) fonksiyonlar kullanılmıştır. Bir değişkendeki bir birimlik değişimin fiyat üzerindeki marjinal etkisi, o değişkenle ilgili olarak denklemin kısmi türevi alınarak bulunur. Lineer formda bu türev değişkenin hesaplanan parametresine eşittir.

$$\partial P / \partial Z_i = \beta_i \quad (3.10)$$

Diğer bir deyişle, lineer formda hesaplanan parametre gayri menkulün spesifik bir niteliğinin ilgili fiyatıdır. Bu lineer bir ölçümdür ve bütün gayrimenkuller için aynı olduğu varsayılmaktadır (Yankaya, 2005).

3.4. Araştırma Bölgesi Hakkında Bilgiler

3.4.1. Araştırma bölgesi hakkında genel bilgiler

Yeryüzünde önemli, özel ve kadim şehirler vardır. Bu şehirler, geçmişten günümüze tarih, bilim, hukuk, inanç, kültür, sanat, edebiyat, medeniyet gibi insanlık kültürünün oluşumuna ve gelişimine mekân olmuş önemli merkezlerdir. Bu şehirler batıda Atina ve Roma; doğuda ise Mekke, Medine, Kudüs, İskenderiye ve Urfa'dır. Arkeolojik bulgulara göre Urfa, dünyanın en eski kenti, insanlık tarihinin başlangıcı, tüm insanlığın ortak ata yurdudur. Urfa, taşı toprağı tarihle yoğrulan ve tarihin her döneminde mutlaka izi bulunan; il genelinde ortaya çıkan her arkeolojik bulguda tarihin yeniden yazılmasına vesile olup tarihe kaynaklık eden şehirdir. Bu özelliğinden dolayı, Urfa'yı tarihte değil, tarihi Urfa'da aramak gerekir.

Birçok ilkin Urfa'da başladığı bilimsel olarak kanıtlamıştır. Balıklıgöl'ün yanı başındaki arkeolojik kazılarda ortaya çıkan ve Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi'nde sergilenen "11.500 yıllık Dünyanın En Eski Heykeli"; şehir merkezine 17 km mesafedeki, yüzyılımızın en önemli arkeolojik keşfi olarak tanımlanan "11 500 yıllık Dünyanın En Eski Tapınağı"; ilk buğday ve mercimeğin vatanı, figürlerin taşta kazınıp daha sonra tuvale aktarılması ile bir sanat dalı haline gelen resim ve mimarlık tarihinin başlangıcı, dünyada ilk defa hayvanların evcilleştirildiği yer olarak kabul edilen Göbeklitepe ve Göbeklitepe ile aynı döneme ait keşfedilmeyi bekleyen birçok sit alanı, başka örneği olmayan, sadece Urfa'ya ait özgün arkeolojik varlıklardır.

Tespit edilen taşınmaz kültür varlıkları kapsamındaki eser sayısı ile Türkiye'nin ilk üç-dört şehri arasında gösterilen Urfa, "dünyada en çok arkeolojik kazı yapılması gereken yer" niteliğini hala korumaktadır. Bu bağlamda dört ilçe merkezi kentsel sit alanı; Eyyubnebi beldesi, turizm gelişim merkezi olarak ilan edilmiş, ayrıca şehir merkezi ve tarihi Harran ilçesi, dünya kültür mirası aday listesine alınmıştır. Urfa taşı ile yapılmış han, hamam, çeşme, cami, minare, kilise, manastır, konak ev, sokak, kabaltılarda özgün geleneksel mimaride, taş süsleme sanatının en güzel örneklerinin uygulandığı Urfa, adeta açık hava müzesidir. Bu özelliğinden dolayıdır ki "Müze Şehir Urfa" olarak da anılır.

Urfa, ilkel dinlerden, çok tanrılı ve tek tanrılı dinlere ait inançların ve bu inançlarla bağlantılı kültürlerin yüzyıllarca yoğrulduğu, kaynaştığı tarihi bir kent olarak kültür ve inanç turizminde birçok peygamberi bağrından çıkarmış; birçok peygamberin uğrak yeri olmuş ve bu yüce insanlara ev sahipliği yapmış, dünyanın en önemli şehirlerinden biridir. Urfa, her inancın izlerini ve çoğulcu kültürünü bağrında taşıyan; medeniyetin ve uygarlıkların doğduğu, bulunduğu, kaynaştığı, bir hoşgörü şehri olarak, ruhunuza ait bir şeyleri bulacağınız dünyadaki en önemli, nadir şehirlerden biridir. Urfa, enbiyası, evliyası, ereni, ermişi ile gönül sultanlarının mekânı, muhabbetin başkentidir. Urfa, kutsal mekânlarda dualarımızın daha büyük bir anlam kazandığını ve Makam-ı İbrahim’de asırlardır yapılan zikir ile kalbinizin pasının silindiğini hissetmeniz anlamında önemli bir merkezdir.

Yazılı ve sözlü kaynaklardan aktarılan bilgilere göre Hz. Âdem, eşi Hz. Havva ile birlikte hayatının bir evresinde gelip bu bölgede yerleşmiş ve ilk buğdayı Harran ovasında ekerek çiftçilik tarihini buradan başlatmıştır. Bundan dolayı Urfa, buğdaygillerin ve baklagillerin gen merkezidir. Ünlü tarihçi Ebul Farac’a göre Urfa, Nûh tufanından sonra kurulan ilk şehirlerden biridir. Hazreti İbrahim Urfa’da doğmuş, Nemrut’la efsanevi bir şekilde mücadeleye girmiş, Mucize-i İbrahim ile ateş, Urfa’da gülistana dönüşmüş “serin ve selamet” olmuştur. İbrahim Peygamber’in oğlu İshak, baba vasiyetine istinaden Harran’a gelip evlenmiştir.

Hz. Yakup, kardeşi İys’in gazabından kaçarak Harran’a gelmiş, Harran’da dayısı kızıyla evlenmiş ve 15 yıl kadar Harran’da çobanlık yapmış, oğlu Hz. Yusuf henüz iki yaşında iken ailesi ile Kenan eline göç etmiştir. Doğu Yahudiliği ve Hıristiyanlığı Urfa’yı ve Harran’ı ziyaret edenleri “Hacı” kabul eder. Museviler açısından Urfa, Hz. İbrahim, Hz. Yakup ve Hz. Musa’nın yaşadığı topraklar olması dolayısıyla Arz-ı Mevdut yani Hz. İbrahim’den dolayı vaat edilmiş topraklar içerisinde kalan en önemli merkezlerden biridir. Hıristiyanlar açısından Urfa, Hz. İsa’nın kutsadığı bir şehirdir. En kıymetli emanet olan “Kutsal Mendil ve Kefen” Urfa’ya aittir. Bu kıymetli eser İtalya’nın Torino müzesinde “Urfa’ya ait Kutsal Kefen” adıyla sergilenmektedir. Yine Hıristiyanlar açısından Urfa, Hıristiyan tarihinde ilk krallık, ilk kilise, ilk İncil, ilk kilise müziğidir.

Müslümanlar açısından Urfa, İbrahimî ve Eyyubî bir şehirdir. Hz. İbrahim'in soyundan olan Hz. Eyyub Şam diyarından gelerek Eyyubnebi Beldesi'ne yerleşmiş, bu bölgede sabrın sultanı olmuş, vefatının akabinde bu beldeye defnedilmiştir. Hz. Eyyub'u görmeye gelen Hz. Elyasa, onu göremeden vefat etmiş ve Eyyubnebi beldesine defnedilmiştir. Eyyub'un sabrını miras alan bu şehir, Şuayp Antik Şehri'yle, Mısır'da bir Kıpti'yi öldürüp kaçan Hz. Musa'nın sığınma yeri olmuştur. Hz. Musa, Şuayb peygamberin yanında kalarak çobanlık etmiş ve ünlü atasını ondan alarak buradan Tur Dağına çıkmıştır. Hz. İsa bu şehri kutsamış, önem verdiği bu şehre havarilerinden Aday'ı göndererek, Hıristiyanlığın bu bölgede yayılmasını sağlamıştır.

İnanç önderlerini bağrından çıkararak Urfa, peygamberlere izafe edilen makamları ile tarih boyunca "Peygamberler Şehri" veya "Peygamberler Diyarı" adıyla da anılmıştır.

Urfa merkeze 44 km. mesafede olan ve son arkeolojik araştırmalarda MÖ.7000 yılına ait bulgular veren tarihi Harran şehri, üç semavi dinin de kabul ettiği Hz. İbrahim'in ata yurdudur. Harran, tarihi süreç içerisinde Mezopotamya'nın ve Önasya'nın en önemli Sin Tapınağı Elhulhul ile Babiller'e, Asurlular'a ve Emeviler'e başkentlik etmiştir. Höyüğü, üniversitesi, camisi, konik kümbet evleri, 3 katlı kalesi ve şehri çevreleyen içinde burçları ve gözetleme kuleleri olan yaklaşık 4 km.lik şehir suru ile geçmişten günümüze ayakta kalan en önemli kültür varlıklarıdır. Tarihi Harran şehri, bağrında taşıdığı kültür varlıklarının yanı sıra tarihte üstlendiği misyonu ile din, kültür, sanat, edebiyat, felsefe, astroloji gibi alanlarda önemli bir merkez olmuştur. Tespit edilen 200 civarındaki ki bunlardan 20'si kadındır. Harran'da yetişen âlimlerin, eserleri ve çevirileri, Avrupa medeniyetinin oluşmasında önemli katkılar sağlamıştır. Bu bağlamda Harran, Mezopotamya'nın ve Anadolu'nun Endülüs'üdür.

Atomun parçalanabileceği fikrini ilk defa fizikçi Cabir bin Hayyan Harran'da ortaya atmıştır. Cebir ilmi Harran'dan dünyaya yayılmıştır. Harran şehri, girişindeki Şeyh Hayat El-Harrani Türbesi, Hz. Yakub Kuyusu ve çıkışındaki İmam Bakır Türbesi ile var olan kültürel mirasa artı değerler katmaktadır. Bu yüzdendir ki Harran

“Dünya Kültür Mirası”na girmesi gereken çok önemli bir kenttir. Güneş’i, Ay’ı ve yıldızları başınızın üstünde hissedebileceğiniz egzotik bir şehirdir Harran.

Harran-Eyyubnebi Turizm yolu güzergâhı üzerindeki Hanel Barur Kervansarayı, Bazda Mağaraları, Çoban Mağaraları; Güneydoğu’nun Efes’i olarak tanımlanan ve ismini Şuayb peygamberden alan Şuayb Antik Şehri; yıldız, ay, güneş ve gezegenlere tapınmanın yaşandığı önemli bir kültür merkezi olan Soğmatar Antik Şehri, SoğmataAntik Şehri’ndeki Hz. Musa Kuyusu ve güzergâhın devamındaki Çimdin Kale, Kızlar Sarayı ile Hz. Eyyub peygamberi, eşi Hz. Rahme’yi ve Hz. Elyesa peygamberi bağrında saklayan Eyyub Nebi beldesi, Harran havzasının en önemli turistik yerlerdir.

Âlimi, din adamı, filozofu, düşünürü, yazarı, şairi, seyyahı, ressamı, sanatçısı, şarkıcısıyla ünlü olan; üzerine birçok şiir, destan ve ağıt yazılan Urfa, mistik ve otantik yapısıyla ve sahip olduğu özgün mirası ile hâlâ ilham kaynağı olmaya devam etmektedir. Urfa, MS.2.yy. ile 5.yy arasında Yahudi, Hıristiyan, Müslüman ve Sabii âlimlerin ders verdiği Urfa Akademisi ve MS.6.yy. ile 13.yy. arasında önemli bir ilim ve bilim merkezi olan Harran Okulu ile dünyaya nam salmıştır. Batı medeniyetinin oluşumunda Latince ve Süryanice’den Arapça’ya yaptığı çevirilerle önemli katkı sağlayan Harran, Süryani dili, yazısı ve edebiyatının doğduğu şehirdir. Sahip olduğu bu zengin kültür mirasından dolayı “Kültür Şehri Urfa” olarak da anılır. Urfa merkezdeki Halil’ür-Rahman Gölü’nün yanı başındaki Edessa Kenti’nin tamamında erken Roma dönemine ait mağara mezarlar, bu mağaralarda kayaya oyulmuş Süryanice ve Grekçe yazılar, rölyef ve mozaikler bulunmaktadır. MÖ. 3400 yılına ait dünyanın en eski mozaiği Siverek ilçesine bağlı Hasek Höyük’te bulunmuş ve arkeoloji literatürüne girmiştir. Bundan dolayı mozaik tarihi de Urfa’dan başlar.

Urfa il genelinde, bir müzeye sığmayacak kadar keşfedilmeyi bekleyen mozaik vardır. Bu antik kent sınırları içerisinde, halk türkülerimizde de adı geçen ortasından Daysan Deresi’nin geçtiği, Halil’ür-Rahman Gölü ve Urfa Kale’siyle buluşan Haleplibahçe’de, 2005 yılında inanç turizmi ağırlıklı temalı bir park yapılmak istendi. 2006 yılında başlayan alt yapı çalışmaları esnasında taban mozaikine rastlandı. Şanlıurfa Müzesi Başkanlığınca yapılan arkeolojik kazılarda on üç odalık

bir saray, sarayın içindeki odaların tamamında taban mozaikleri, Daysan Deresi'ne nazır, karşılıklı yapılmış villalar, bu villaların tabanında taban mozaikleri ve hemen yanı başında da yerden ısıtmalı bir hamam ortaya çıkarıldı. Üzerine yapılmak istenen temayı kabul etmeyen Haleplibahçe, kendi temasını bağrında taşıdığı mozaiklerle ortaya çıkardı. MS. 5.yy'a ait olduğu tahmin edilen Haleplibahçe mozaiklerinde yer alan dört amazon kraliçesinin av sahnesi mozaığı "Savaşçı Amazon Kraliçelerinin, Grekçe İsimleriyle Yer Aldığı, Mozaığe Resmedilmiş Dünyadaki İlk Örneğidir".

Edessa Sarayı taban mozaiklerinde binanın koruyucu tanrısı KTICIC; Troya savaşının ölümsüz kahramanı Aşil; Aşili eğiten mitolojide at adam olarak bilinen KENTEOR KHİRİON; Aşil'in annesi deniz tanrıçası THETİS; Truva atı fikrini ortaya koyarak, Troya'nın fethedilmesini sağlayan efsanevi kahraman ODYESSEUS'un tasvirlerine yer verilmesi, 1 m²'sinde 5000 adet 1 ile 5 mm² ebadında taş kullanılması, ince ve usta işçiliği, sanat özellikleri ve temalarıyla imparatorluk sanatına eşdeğer olarak görülen dünyanın en kıymetli mozaikleri olarak tanımlandı. Bu yüzdendir ki Urfa, "Mozaikler Şehri" olarak da tanımlanabilir.

Uluslararası Hava Limanı ve Türkiye'nin en verimli toprağı ile Tarım ve Sanayi Şehri olan Urfa, Karacadağ Kayak Merkezi ile "Kış Turizmi", Karaali Kaplıcaları ile "Termal Turizmi", Karacadağ ve Tek Tek Dağları'ndaki özgün, zengin bitki örtüsü ve hayvanları ile "Doğa-Yayla ve Av Turizmi"; Atatürk Barajı ve Halfeti İlçesi ile "Su Sporları Turizmi", baraj suyunun tutulması dolayısıyla yeni oluşan ve oldukça geniş bir alanı kaplayan cennet suyunun karıştığı durgun ve serin Fırat suyuyla buluşan sahil şeritleri ile "Göl ve Sahil Turizmi"; Urfa'ya özgü kelaynak, keklik ve güvercinleri ile "Ornitoloji Turizmi"; geleneksel el sanatları, mutfak zenginliği ve damak lezzeti, dünyaya nam salmış musiki ustaları, yaşanan ve yaşatılan otantik ve mistik yapısıyla "Kültür ve Folklor Turizmi" gibi turizm çeşitliliğinde önemli bir potansiyele sahiptir.

Mezopotamya'nın kalbi olan Urfa, Mezopotamya'ya ve Ortadoğu'ya açılan bir kapıdır ve sahip olduğu potansiyeli ile tarihte olduğu gibi bugün de stratejik önemini korumaktadır. Cumhuriyet tarihine, milli mücadeledeki efsanevi direnişi ile "Kendi Kendini Kurtaran Şehir" olarak geçen Urfa, 11 Nisan 1920'de tarihe not düşmüştür.

Yurdu için canını seve seve veren, ölüme gülerek giden yiğitlerin harmanlandığı; taşında ve toprağında şüheda fişkiran Urfa, kurtuluşu ile milli mücadelemize ilham kaynağı olmuş, milli birlik ve beraberliğin, vatan ve istiklal için yapılan her türlü fedakârlığın sembolü olmuştur. Bu şanlı direnişinden dolayı Urfa'ya, 1984 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisince “Şanlı” unvanı verilmiştir (Yıldız, 2008).

3.4.2. Araştırma için seçilen yerler hakkında bilgiler

3.4.2.1. Şanlıurfa Kalesi

Urfa Kalesi'nin M.Ö. 9500 yıllarına ait neolitik bir yerleşim höyüğü üzerine kurulduğu tahmin edilmektedir. Kalenin yanı başında çıkarılan ve Şanlıurfa Müzesinde sergilenen 11.500 yıllık Balıklıgöl Heykeli kale dâhil Balıklıgöl havzasının tarihini bilimsel olarak vermektedir. Kalenin üzerindeki korinth başlıklı iki sütun Edessa Karalı IX. MANU döneminde, M.S. 240–242 yılları arasında birer anıt sütun olarak yapılmıştır. Kaledeki iki sütunun arası 14 m. olup, yükseklikleri 17.25 m. sütunların çevresi ise 4.60 metredir.

Doğudaki sütunun kente bakan yüzünün 3 metre yukarısındaki Süryanice kitabede: "Ben askeri komutan BARŞAMAŞ (Güneşin oğlu)'in oğlu AFTUHA. Bu sütunu ve üzerindeki heykeli veliaht Prens MANU kızı, kral MANU eşi, hanımefendim ve velinimetim kraliçe ŞALMETH için yaptım" yazılıdır. Kalenin sütun hariç diğer kısımları M.S. 814 yılında Abbasiler döneminde yeniden restore edilmiştir. Urfa Kalesi'nin, üç tarafı kayadan oyma derin savunma hendeği ile çevrilidir, kuzey tarafı ise sarp kayalıktır. Urfa Kalesi'nde yapılacak bir arkeolojik kazıda M.Ö. 9500 yılından Osmanlı Dönemine birçok uygarlığa ait kültürel varlık ve bu uygarlıklara ait yapı kalıntıları bulunacaktır.

Urfa Kalesi doğu-batı yönünde oldukça muntazam kesme taşlardan dikdörtgen planlı olarak yapılmıştır. Kale çevresi yaklaşık 800 m. uzunluğundadır ve 25 adet burçla takviye edilmiştir. Urfalı Şair Nâbi h.1089 (1678) tarihinde yapmış olduğu Hac yolculuğunu anlatan Tuhfet-ül Harameyn isimli eserinde bu kaleden söz etmiştir: "Ulu Felek Dağı'nın tepesi üzerinde baş yükseltmiş olan yüksek kale, feleği kıskandıracak kadar yükseklikte, kâfir ve sapık mühendisler tarafından yapılmıştır.

Üzerinde hile, aldatıcılık okulunun öğretmeni İblis-üzerine lanet olsun- kalıp dökerek yaptığı iki kıta yontulmuş taştan tertip edilmiş minare görünümlü mancınık vardır.”

Bu kaleden Evliya Çelebi de söz etmiştir: “Kalenin batıya açılan gayet sağlam ve kuvvetli bir demir kapısı vardır. Burada 200 kadar ev vardır ki, Dizdarağa bu evlerde oturur. 200 kadar neferi, cephanesi, buğday ambarı ve sarnıçları vardır. Kale kapısının iç kısmında minareli ve küçük bir mescidi vardır. Mel'un Nemrud'un Hz. İbrahim'i ateşe attığı mancınık, bu kalenin içinde durur iki tane sütundur.”

Evliya Çelebi'nin de belirttiği kale içerisindeki ev, ambar ve sarnıçlar ile mescit günümüze gelememiştir. Yalnızca ayakta olan iki sütun halk arasında Mancınık olarak isimlendirilmektedir. Bu sütunları Osroen Krallarından Eftuha yaptırmıştır. Sütunlar 17.25 m. yüksekliğinde, 4.60 m. çapındadır. Birisi üzerindeki yazıtta da “Ben, Eftuha'yım. Güneşin oğluyum. Bu sütun ile heykeli Mano'nun kızı Şelmet için yaptırdım” yazılıdır.

Bu sütunlar ile ilgili halk arasında yaygın bir de inanış vardır. Bu inanışa göre; Hz. İbrahim Urfa'da hüküm süren ve çeşitli putlara tapan Nemrud kavmini bundan vazgeçirerek Hak yoluna getirmek için vazifelendirildiğini söylemiştir. Bir gün putların korunduğu yere girmiş, eline aldığı bir balta ile biri dışında hepsini parçalamıştır. Daha sonra da baltayı kalan putun yanına bırakıp gitmiştir. Halk putların Hz. İbrahim tarafından kırıldığını anlayınca Onu yakalayıp hesap sormuştur. Hz. İbrahim ise sağlam olan putun diğerlerini kırıldığını söylemiştir. Hz. İbrahim'in bu yanıtı üzerine Ona o putun böyle bir şey yapamayacağı söylenmiştir. Hz. İbrahim buna cevap olarak: “Sizlere çok yazık. Hiçbir faydası olmayan şeylere tapıyorsunuz. Bunlardan vazgeçerek bütün kalbinizle Allah'a inanın” demiştir. Bu olayı duyan Nemrud çok kızmış ve Hz. İbrahim'in yakalanarak yakılmasını emretmiştir. Günümüzde Ayn-ı Zeliha denilen havuzun bulunduğu yerde büyük bir ateş yakılmış, ateşin sıcaklığından kimse yanına yaklaşmamıştır. Böylece bugün ayakta olan kaledeki sütunlardan mancınık olarak yararlanılmış ve buradan Hz. İbrahim ateşe fırlatılmıştır. Bu sırada bir mucize gerçekleşmiş. Yerden su fışkırarak Ayn-ı Zeliha meydana gelmiş, odun parçaları da birer balığa dönüşmüştür.

Kaleyi çevreleyen surlar XX. yüzyılın başlarına kadar iyi bir durumda gelebilmiş, bundan sonraki dönemlerde kısmen yıkılmıştır. Bugün Urfa şehir surlarından demir bir kapı ile Dış Kale'ye geçilirdi. Dış Kale'nin Bey Kapısı, Samsat Kapısı, Harran Kapısı isimli üç kapısı bulunuyordu. Bunların yanı sıra kalede Su Kapısı, Sakıpîn Kapısı, Saray Kapısı isimli üç kapı daha bulunuyordu. İç Kale ile Dış Kale arasına da saray ve bahçeli evler yapılmıştı. Kaynaklardan öğrenildiğine göre bu saraylar Tayyar Mehmet Paşa Sarayı, Molla Sarayı ve Gezer Paşa Sarayı idi. Bu saraylar ahşap olduklarından günümüze hiçbir kalıntısı gelememiştir. Bazı kaynaklara göre de bu saraylar yanmıştır.

Kalenin kuzeydoğu köşesindeki burcun üzerinde, şehre bakan köşesinde iki adet yüksek kabartma aslan figürü bulunmaktadır. Taş işçiliği yönünden oldukça kaba işlenen bu figürlerin XIII. yüzyılda yapıldığı sanılmaktadır. Kale kapısının doğuya bakan cephesindeki kemerin iki yanında da iki hayvan figürünün bulunduğu eski fotoğraflardan anlaşılmaktadır. Bu figürlerin benzerliğinden ötürü Memluklu döneminde, XIII. yüzyılda yapıldığı sanılmaktadır.

Kalenin Ayn-ı Zeliha kaynağı ile gizli bir tüneli olduğu yakın tarihlerde ortaya çıkarılmış ve bu tünel temizlenerek açılmıştır. Bunun yanı sıra Mevlâna El Hac Abdurrahman Efendi Bin Mustafa Çelebi'nin vakfiyesinden öğrenildiğine göre Hüseyin Paşa kale içerisine su kuyusu yaptırmıştır.

Kalenin güneydeki hendeginin batı kesiminde dik ve yüksek kaya üzerine asma bir köprü yapıldığı bazı izlerden anlaşılmaktadır. Yakın tarihlerde Şanlıurfa Valiliği'nin ve Şanlıurfa Müze Müdürlüğü'nün kalede yaptığı çalışmalarda hendekler temizlenmiş ve bir değirmene ait bazalt öğütme taşları ortaya çıkarılmıştır.

3.4.2.2. Harran Harabeleri

“Şanlıurfa”nın 44 km. güney doğusunda bulunan ve her yıl binlerce yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilen tarihi kent Harran, kendi adıyla anılan ovanın merkezinde kurulmuştur.

Tevrat'ta da "Haran" olarak geçen yerin burası olduğu söylenir. İslâm tarihçileri kentin kuruluşunu Nuh Peygamber'in torunlarından Kaynan'a veya İbrahim Peygamber'in kardeşi "Aran'a(Haran) bağlarlar. XIII. yüzyıl tarihçilerinden İbn-i Şeddat, Hz. İbrahim'in Filistin'e gitmeden önce bu şehirde oturduğunu, bu nedenle Harran'a Hz. İbrahim'in şehri de denildiğini, Harran'da İbrahim Peygamber'in evinin, adını taşıyan bir mescidin, O'nun otururken yaslandığı bir taşın var olduğunu yazmaktadır.

Harran, Kuzey Mezopotamya'dan gelerek batı ve kuzey batıya bağlanan önemli ticaret yollarının kesiştiği bir noktada bulunmaktadır. Bu özelliğinden dolayı Harran, Anadolu ile sıkı ticaret ilişkileri bulunan Asurlu tüccarların önemli uğrak yerlerinden biri idi. Anadolu'dan Mezopotamya'ya, Mezopotamya'dan Anadolu'ya olan ticaret akışının binlerce yıl Harran üzerinden yapılmış olması bu tarihi kentte zengin bir kültür birikiminin oluşmasına neden olmuştur.

Harran; Ay, Güneş ve gezegenlerin kutsal sayıldığı eski Mezopotamya'daki Assur ve Babillerin politeist inancına dayanan Paganistliğin (Putperestlik) önemli merkezlerinden olması yönüyle de ünlü idi. Bu nedendir ki Harran'da Astronomi ilmi çok ilerlemiştir. Dünyadaki üç büyük felsefe ekolünden birisi "Harran Ekolü"dür. İlkçağdan beri varlığı bilinen Harran Üniversitesi'nde dünyaca ünlü birçok bilgin yetişmiştir.

Emevi hükümdârlarından II. Mervan 744 yılında Harran'ı Emevi Devleti'nin başkenti yapmıştır. Emevilerin Asya bölümü 750 yılında Abbâsilere yenilerek Harran'da sona ermiştir. Abbâsi hükümdârı Harun Reşit zamanında "Harran Üniversitesi" dünyada büyük bir ün kazanmıştır.

Bugün Cüllab ve Deysan ırmakları kurumuş olduğundan Harran sudan ve yeşilden mahrum bir ovanın ortasında 5000 yıllık tarihi ile ayakta durmaktadır. Tipik evleri, höyüğü, kalesi, şehir surları ve çeşitli mimari kalıntıları ile turistlerin büyük ilgisini çekmektedir. Atatürk Barajı ve Urfa Tünelleri vasıtasıyla Harran Ovası'na akıtılan Fırat Nehri, Harran'ı tarihteki yeşil ve verimli günlerine tekrar kavuşturmuştur.

Çeşitli kaynaklardan anlaşıldığına göre, Hz. Ömer zamanında İyaz b. Ğanem tarafından 640 yılında fethedilen Harran'da ilk İslami eserler inşa edilmeye başlanmıştır. Emevi başkentliği yaptığı dönemde (744–750 II. Mervan zamanı) imar faaliyetleri hızlanarak şehir mimari eserlerle donatılmıştır. Mervan, 10 milyon dirhem harcayarak Harran'a bir hükümdar sarayı yaptırmış, Cami el-Firdevs'i (Cennet Camii-Ulu Cami) yenilemiş ve su kanalları açarak tarımı geliştirmiştir. İmâdeddin Zengi'nin 1127 tarihinde Harran'ı almasından sonra, Zengi'nin oğlu Nureddin Mahmûd ve Selahaddin Eyyûbi zamanlarında şehirde medrese, hastane, çarşı, hamam gibi çok sayıda mimari eserin inşa edildiği, miladi 1175 depreminde zarar gören yapılar ile Ulu Cami'nin restorasyonunun yapıldığı yine çeşitli kaynaklarda kayıtlıdır. Onyedinci yüzyılın ortalarında (1650 yılları) Harran'ın harap haline yetişen ünlü seyyah Evliya Çelebi burasını, "*Şehir harap, evler toprak olup kalesinde insanoğlu kalmamıştır. Ancak kargir camileri, han ve hamamları kalıp diğer harap evler içerisinde çöl Arapları kışlamaktadır*" cümleleriyle anlatmaktadır.

Parlak bir tarih ve ilim geçmişine sahip olan Harran, tarih boyunca birçok devletin hâkimiyetine girdiğinden kültürlerin kaynaştığı bir kent olmuş ve zengin mimari eserlerle donatılmıştır. Ancak, hiç bir zaman Bizans ve Haçlı hâkimiyetine girmeyen Harran'da bu devletlere ait eserler yer almamıştır.

Kentin ortasında yer alan höyükte ve sur içersindeki harabelerde Sin Mabedi ve üniversite dâhil en eski mimari eserlerin temel kalıntıları yer almaktadır. Harran'ın zengin mimarisinden sadece surlar, iç kale, Ulu Cami, Şeyh Hayat el-Harrânî türbe ve camii ile konik kubbeli evler günümüze kadar gelebilmiştir.

Şanlıurfa Harran ilçesindeki elips şeklindeki Eski Harran şehrini kuşatan surların yapım tarihi kesinlik kazanamamıştır. Günümüze Harran surları büyük ölçüde yıkılmış olarak gelmiş, yalnızca Halep Kapısı ayakta kalabilmiştir. İbn-i Cübeyr Harran'ın büyük bir şehir olduğunu belirttikten sonra çevresinin yontma taşlardan son derece sağlam bir surla çevrili olduğunu yazmıştır. İbn-i Şeddad ise surlarla ilgili daha ayrıntılı bilgi vermektedir:

”Çok müstahkem bir suru vardı. Surların sekiz kapısı bulunuyordu. Bunlar saatin yelkovanı yönünde güneyden başlayarak Rakka Kapısı, Büyük Kapı (Halep Kapısı), Niyar Kapısı, Yesit Kapısı, Fedan Kapısı, Küçük Kapı, Gizli Kapı ve Su Kapısı’dır. Rivayete göre Su Kapısı üzerinde bakırdan yapılmış iki yılan tılsımı vardı. Bunlar şehre yılanların zarar vermemesi için yapılmıştı.” Bunun yanı sıra İbn-i Şeddad şehrin dış mahallesinin de şehir suruna bitişik ayrı bir surla çevrili olduğunu belirtmiştir.

R.A.Chesney ilk defa Halep Kapısı’nın gravürünü 1850 yılında çizerek yayınlamıştır. Bu kapı yakın tarihlerde Kültür Bakanlığı tarafından restore edilmiştir. Bu restorasyon sırasında Chesney’in gravürü dikkate alınmamış ve restorasyon hatalı yapılmıştır. Bu kapı üzerindeki bir kitabede Selahattin Eyyubi’nin kardeşi El Melik El Adil tarafından 1192’de yapıldığı yazılıdır.

Harran’ın güneydoğusundaki kalenin bulunduğu yerde kaynaklar Sabi-i Mabedi’nin olduğundan söz etmektedir. İslam kaynaklarından El Mukaddes-i X.yüzyılda bu kalenin Kudüs Kalesi gibi taştan yapıldığından söz etmiştir. Ayrıca Emevi hükümdarı II. Mervan’ın yaptırmış olduğu sarayın da burada olduğu ileri sürülmüştür. İbn-i Cübeyr Harran Kalesinden de ayrıca söz etmiştir: ”Şehrin doğusunda, boş bir arsa ile ayrılmış müstahkem bir kalesi vardır. Bu kalenin etrafına döşenmiş taşlarla yapılmış derin ve geniş bir hendek bulunur. Bu hendek şehir suru ve kaleyi birbirinden ayırır. Hendeğin suru da çok sağlamdır.” XVII. yüzyılın ortasında Harran’a gelen Evliya Çelebi de bu kaleye değinmiştir: ”Urfa’dan güney tarafında dokuz saat giderek Harran Kalesine geldik. Burayı da Nemrud yapmıştır. Çöl içinde gayet sağlam bir kaledir. Beşgen şeklinde olup, sanki usta elinden yeni çıkmış gibidir.”

Harran Kalesi dikdörtgen planlı olmasına rağmen düzensiz bir yapıdır. Dört köşesine on ikigen birer kule yerleştirilmiştir. Bu kulelerden kuzey tarafındaki kule tamamen yıkılmıştır. Güneybatı ve kuzeydoğudaki kuleler kısmen ayakta olmasına karşılık, güneydoğudaki kalenin dışarısı yıkılmış, içerisi de kısmen ayakta kalmıştır. Harran Kalesi ile ilgili incelemeyi Llyod ve Brice detaylı olarak yapmıştır. Kalenin

rölöve ve kesitlerini çıkarmış, kalenin 90.00x130.00 m. ölçüsünde üç katlı olduğunu, içerisinde tonozlu 150 oda bulunduğunu belirtmişlerdir.

Bu kalenin İslam öncesi ve İslam devirlerinde üç ayrı dönemde yapıldığı sanılmaktadır. Bunlardan Melik El Adil döneminde 1192'de yapılan büyük bölüm kalenin batı kesiminde olup, aynı zamanda burada beşik tonozlu büyük bir mescit, galeri ve çeşme olduğu sanılan bir de niş günümüze gelebilmiştir. 1951 yılında kalenin doğu kesiminde yapılan kazılarda bazalt taşından at nalı şeklinde kemerli bir yapı ortaya çıkarılmıştır. Bu kapıya ait olan kitabe parçalarında ise Numeyrilerin hükümdarı Meni'nin (Kavvam) ismi ile 1059 tarihi geçmektedir. Büyük olasılıkla bu kitabe kalenin ikinci dönem yapımına aittir. Ayrıca bu kapının iki yanında da başlarını geriye çevirmiş, zincirli birer köpek kabartması ile karşılaşmıştır. Kalenin güney cephesinin duvarları üzerinde yer alan Memluklu üslubunda yazılmış kitabenin El Nasr'a ait olduğu ve 1315 yılında yazıldığı anlaşılmaktadır.

Harran Kalesi'nde Dr.Nurettin Yardımcı'nın yapmış olduğu kazılar sırasında yapı kalıntılarının dışında madeni kaplar, kazanlar bulunmuş olup, bunların büyük bir kısmı Urfa Müzesi'nde bulunmaktadır. Kazılarda ortaya çıkarılan çok sayıda oda ve koridorlar üzerindeki çalışmalar devam etmektedir.

Harran Höyüğü: Şehrin ortasında yer alan 22 m. yüksekliğindeki höyük oldukça geniş bir alana yayılmıştır. M.Ö. III. binden M.S. XIII. yüzyıla kadar kesintisiz olarak iskân edilen Harran Höyüğü, içerisinde çeşitli devirlere ait mimari kalıntıları ve bölgenin tarihini gün ışığına çıkartacak belgeleri barındırmaktadır.

Sin Mabedi: Babil dönemine ait ünlü Sin Mabedi Harran'da inşa edildiği bilinen en eski anıtsal eserdir. M. Ö. 2000 başlarına ait Kültepe ve Mari tabletlerinde Harran'daki Sin (Ay Tanrısı) Mabedi'nde bir antlaşma imza edildiğine dair bilgiler bulunmaktadır. Yine M. Ö. II. bininin ortalarına ait Hitit tabletlerinde, Hititlerle Mitanniler arasında yapılan bir antlaşmaya Harran'daki Ay Tanrısı Sin'in ve Güneş Tanrısı Şamas'ın şahit tutulduğu belirtilmektedir.

Yeri kesin olarak tespit edilemeyen Sin Mabedi'nin, höyükte, iç kalede ya da Ulu Camii'nin yerinde olduğu konusunda değişik fikirler ileri sürülmektedir. Bunlardan İbn-i Şeddad, bu mabedin Ulu Camii'nin yerinde olduğunu, Harran'ın 640 yılında İyâd b. Ğanem tarafından fethedilmesiyle bu mabedin camiye dönüştürüldüğünü, Paganistlere kendi mabetlerini yapmaları için başka bir yer verildiğini söylemektedir.

Harran Üniversitesi: İlk Çağ'dan beri varlığı bilinen ve miladi 718–913 tarihleri arasında (İslâmi dönem) bilim ve sanatta doruk noktaya ulaşan Harran Okulu'nun (Üniversite) İslâm öncesi ve İslâmi dönemdeki yeri, bugünkü kalıntılar arasında tespit edilememiştir.

Harran Şehir Surları: Elips şeklindeki Harran şehri, bazı kaynaklara göre 8, bazı kaynaklara göre 6 adet kapısı, 187 adet burcu olan, kesme taşlardan inşa edilmiş müstahkem bir sur ile çevrilmiştir. Surların dışında yer alan ve günümüzde toprakla dolmuş olan hendeğin eskiden su ile dolu olduğu bilinmektedir. Şehrin güney-doğu köşesinde kesintiye uğrayan surların yerini İçkale tamamlamaktadır. Harran surları günümüzde yer yer yıkılmış olmasına rağmen çepeçevre izlenebilmektedir. Kapılardan sadece Halep Kapısı ayaktaadır.

Harran Kalesi ve Surları: Şehrin güney doğusunda yer alan İçkale, surların o kesimdeki parçasını oluşturmaktadır.

Harran Ulu Camii: Harran höyüğünün kuzey doğu eteğinde yer alan Ulu Camii, Anadolu'nun ilk anıtsal camii, ilk revaklı avlulu ve şadırvanlı camii, en zengin taş süslemeli camii olma gibi daha birçok önemli özelliklere sahiptir. Çeşitli kaynaklarda "Cami el-Firdevs (Cennet Camii) veya "Cuma Camii" adlarıyla geçmektedir.

Şeyh Yahya Hayat El-Harrani (Hayat b. Kays-Hayat b. Abdülaziz) türbesi ve camii: Şeyh Yahya Hayat el-Harrânî, XII. yüzyılda Harran'da yaşamış ve 1185 tarihinde burada vefat etmiş büyük bir İslâm âlimi ve mutasavvufudur. XVII. yüzyılın ortalarında Harran'ı ziyaret eden Evliya Çelebi, Şeyh Hayat'ın türbesinden şu şekilde bahsetmektedir. "*Şeyh Yahya (Hayat) ziyaret yeri Harran dibindedir. Kutupluğa ayak basmış ulu sultandır. Harran Kalesi'nin yanında çöl tarafında bü-*

yük bir kubbe içinde metfundur. Çöl Arapları bu sultana son derece bağlıdır. Hatta Araplar arasında mühim bir mesele için yemin ettirmek icap etse ta Basra, Lahsa, Umman, Cezayir, Kurna"dan gelip bu sultanın üzerine "Yahya Hayati"nin başı için" deyip duvara el sürse Allah"a yemin etmiş gibi sayarlar. Bu sultana Yahya Hayati demelerinin aslı, bir seccade üzerinde tahiyatta ve hayatta oturur gibi oturduğundandır." Hayat el- Harrani hazretleri ölümünden sonra da tasarrufu devam eden 4 büyük evliyadan biri olarak kabul edilmektedir. Şeyh Hayat"ın türbesi ve bunun güneyine bitişik olan camisi, Harran şehir surlarının kuzey batı dışarısındaki mezarlık alanındadır. Türbe ve caminin günümüze kadar önemli değişiklikler geçirdiği duvar ve payelerdeki izlerden anlaşılmaktadır. Cami ve türbe 1999–2001 yıllarında Vakıflar Genel Müdürlüğü"nce restore edilmiştir.

Harran'ın Tarihi Mezarlığı: Harran"da biri surların batı dışarısında Şeyh Hayat"ın türbesinin bulunduğu yerde, diğeri surların doğu dışarısında olmak üzere iki mezarlık bulunmaktadır. Bunlardan Şeyh Hayat"ın türbesinin bulunduğu mezarlıkta süslemeli şahideler dikkat çekmektedir. Harran"ın tarihteki esas İslâm mezarlığı surların doğu dışarısında yer almaktadır. Ancak, bu mezarlık tamamen kaybolmuş, sanat değeri olan, süslemeli ve kitabeli şahideler toprak altında kalmıştır.

Geleneksel Harran Evleri: Harran"ın en çok ilgi çeken yanı, bindirme tekniğinde yapılmış, külah biçimindeki konik kubbeli evleridir. 1979 yılında arkeolojik ve kentsel sit alanı olarak tescil edilen ve kubbe evleri korumaya alınan Harran"da, ören yerinden malzeme toplanması, her çeşit inşaat yapılması, kanal açılması yasaklanmıştır. O tarihlerde 960 adet kubbe sayılan Harran"da bu sayı dondurulmuştur. Bölge iklimine uyumlu, yazın serin, kışın sıcak olan kubbeli Harran evlerinde, tavukların daha çok yumurtladığı, at gibi bazı hayvanların daha uysal olduğu, kuru soğanların çabuk filizlendiği köylüler tarafından söylenmektedir.

3.4.2.3. Göbekli Tepe

Arkeolojik bir mevki olarak ilk kez 1963 yılında, Türk ve Amerikan bilim adamlarının yaptığı bir yüzey araştırması sırasında tespit edilmiştir. Bu çalışmayla ilgili sonuçlar, Peter Benedict tarafından 1980 yılında yayımlanmıştır. Göbekli Tepe, Şanlıurfa İli'nin 15 km kuzeydoğusunda, merkeze bağlı Örencik Köyü

yakınlarındaki dağlık alan üzerinde yer almaktadır. Seçilen alan, diğer Neolitik Dönem yerleşim yerlerinde olduğu gibi su kenarı, vadi ya da ovada olmayıp, Harran Ovası'nı kuzeyde sınırlayan uzun bir yükselti silsilesi üzerinde, görüş ve manzaraya hâkim bir konumda bulunmaktadır. 300 m. çapında ve 15m. Yüksekliğindeki Neolitik Dönem'in ilk evrelerine ait Göbekli Tepe'nin topografik özelliklerinden ve yer seçiminden dolayı, ilk fark edildiğinde şimdiki önemi anlayamamış olup, tepenin her yerinde rastlanan kireçtaşı blokları nedeniyle buranın bir mezarlık olduğu kanısına varılmıştır.

1995–2006 yılları arasında Şanlıurfa Müze Müdürlüğü başkanlığında, Alman Arkeoloji Enstitüsü'nden Prof. Dr. Harald Hauptmann ve daha sonra Dr. Klaus Schmidt ve ekibinin katılımıyla kesintisiz kazı çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2007 yılından itibaren Dr. Klaus Schmidt başkanlığında Bakanlar Kurulu Kararlı Kazı statüsüne geçmiştir.

Şimdiye kadar yapılan kazı çalışmaları sonucunda, Göbekli Tepe'de 4 tabaka açığa çıkartılmıştır. En üstteki I. Tabaka, tarım yapılan yüzey dolgusu olup, geriye kalan 3 tabaka ise Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem'e tarihlenmektedir. Göbekli Tepe'de stratigrafi en üstten alta doğru şu şekilde izlenmektedir.

I. Tabaka: Yüzey dolgusu

II. A. Tabaka: Dikilitaşlı Köşeli Yapılar (M.Ö. 8.000–9.000).

II. B. Tabaka: Yuvarlak-Oval Yapılar (Ara tabaka).

III. Tabaka: Dikilitaşlı Dairesel Yapılar (M.Ö. 9.000–10.000).

Çanak Çömleksiz Neolitik-B Evresi'ne tarihlenen ve yüzey dolgusunun hemen altında bulunan II A. Tabakası'nda dikilitaşlı dörtgen planlı yapılar açığa çıkartılmıştır. Bu yapıların, çağdaşı olan Nevalı Çori'de bulunan tapınak yapısıyla benzerlik göstermesi bakımından kültle ilişkili yapılar olduğu düşünülmektedir. Bu evre için tipik olan Aslanlı Yapı'da, karşılıklı olmak üzere, ikisinin üzerinde kabartma olarak birer aslan motifinin işlendiği dört adet dikilitaş bulunmaktadır.

Çanak Çömleksiz Neolitik-A ve B Evresi arasında bir geçiş tabakası özelliği gösteren II B. Tabakası'nda, bu dönemin karakteristik özelliklerini taşıyan yuvarlak ya da oval planlı yapılar açığa çıkartılmıştır.

Gene Çanak Çömleksiz Neolitik-A Evresi'ne tarihlenen ve Göbekli Tepe'nin en önemli tabakası olan III. Tabaka'da ise dikilitaşlarla çevrelenmiş büyük dairesel planlı yapılar dikkat çekmektedir. Kütle ilişkili olduğu düşünülen bu yapılar, T biçimli dikilitaşların belli aralıklarla dairevi şekilde dizilmesi ve etrafının duvarlarla çevrilmesiyle oluşturulmuştur. Merkezde karşılıklı ve kenarlardakine oranla daha büyük iki dikilitaş yer almaktadır. Merkezde bulunan dikilitaşlar serbest dururken kenarlardakiler, duvarlar ya da banklarla birbirlerine bağlanmıştır. Bu yapıların, tamamlanmasından sonra bilinçli bir şekilde toprak ve çakıl dolguyla örtülmüş olduğu kazılar sırasında anlaşılmış olduğundan bunların ölü kültürle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Şu ana kadar dört adet böyle anıtsal yapı açığa çıkartılmış olup, yapılan jeomanyetik ölçümler sonucunda Göbekli Tepe'de en az 20 anıtsal yapının olduğu anlaşılmıştır. Konumu itibarıyla çevresinde geniş kayalık platolar bulunan Göbekli Tepe'de, dikilitaşlar bu platolardaki kayalardan yekpare halinde kesilerek temin edilmiştir. Arazide, işlenmemiş durumda bazı dikilitaşlar kesildiği yerde hala görülebilmektedir. Ayrıca bu platolarda, kayalar üzerinde, işlevleri henüz anlaşılabilen oyuklar ve bir takım işaretler bulunmaktadır.

Boyları 5m.ye ulaşan dikilitaşların bazılarının üzerinde, kabartma olarak çoğunluğunu yılan, tilki, yaban domuzu ve kuşların oluşturduğu çeşitli hayvan tasvirleri bulunmaktadır. Bazı örneklerde kabartma olarak yapılmış kol ve ellerden dolayı, dikilitaşların stilize edilmiş insan figürleri olduğu, aşırı şematik ve kübik formda gösterilen gövdeleri ile yaşayanları değil de başka bir boyutun varlıklarını temsil ettikleri öngörülmektedir.

Kazılar sırasında ve genellikle de yüzey buluntusu olarak ele geçen yabani, yırtıcı hayvan heykellerinin varlığı, antik dönemden bilinen yeraltı dünyasının koruyucusu Kerberos'u akla getirmekte ve bu vahşi hayvan heykellerinin de Göbekli Tepe'deki yapıların bekçisi olabileceğini düşündürmektedir. Kazılar sonucunda çok

sayıda hayvan heykeli, çakmaktaşıdan aletler, taştan boncuklar ve kaplar ile küçük figürünler açığa çıkartılmıştır.

Göbekli Tepe’de temsil edilen bu dönemde, eldeki bulgulara göre insanların avcılık ve hayvancılıkla geçindiği, henüz tarımın yapılmadığı düşünülmektedir. Yerleşim yerinin konumu, açığa çıkartılan devasa boyutlu yapıları, tonlarca ağırlıktaki dikilitaşları ve bu dikilitaşların yerleştirilmesi bakımından Taş Çağı insanların, büyük bir organizasyon ve uzun bir zaman dilimi dâhilinde hareket ettikleri düşünülmektedir.

Şimdilik en erken tabaka olan III. Tabaka’nın tarihi M.Ö.10. bin olarak belirtilmektedir. Yerleşim yerinde henüz ana toprağa ulaşılammış olup, ileriki yıllarda gerçekleştirilecek kazı çalışmaları sonucunda Göbekli Tepe’deki hayat netlik kazanacaktır.

Şanlıurfa Merkez Örencik Köyü içerisindeki dağlık alanda yer alan Göbeklitepe; Anadolu’nun en eski plastik sanat eserlerinin bulunduğu alan, avcı-toplayıcı insanların dinsel törenler için yaptıkları tapınaklar, çok tanrılı döneme ait, dünyanın ilk tapınağı, resim sanatının taşa kazındığı, haberleşmenin sembollerle yapıldığı dünyanın ilk yerleşim yeri, avcı toplayıcı insanların yaptığı 11.500 yıllık bir kült merkezidir.

Göbeklitepe, M.Ö. 9.500 yani günümüzden 11.500 yıl öncesine tarihlenen çanak çömleksiz neolitik yerleşim merkezidir. 80 dönümlük alana sahip olan ören yeri, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca 2005 yılında 1. derece arkeolojik sit alanı ilan edilmiştir. Göbeklitepe’de ortaya çıkarılan ilginç buluntular arasında çöl varanı, sürüngen kabartmaları, ağzı açık ve dişleri korkunç bir şekilde betimlenen kurt kafaları, yaban domuzları, turna, leylek, tilki, ceylan, yabani eşek, yılan, akrep, yabani koyun, aslan örümcek ve kafası olmayan insan kabartması, erkeklik organı abartılı olarak tasvir edilmiş erkek heykelleri vb. ortaya çıkan bulgular, 11.500 yıl önce yerleşik hayata geçen bu dönem insanının inançlarını yansıtan önemli bulguları oluşturmaktadır.

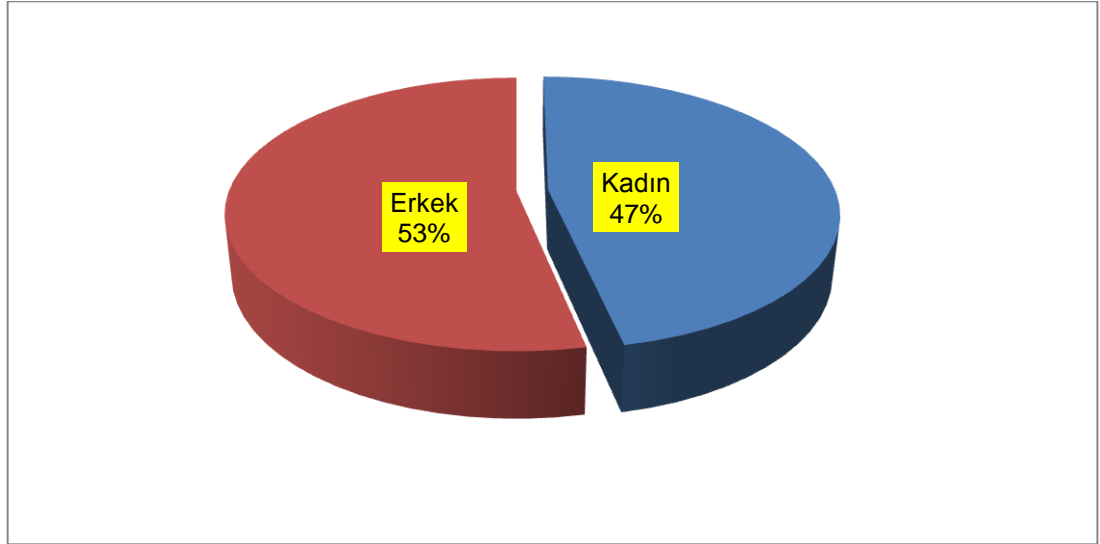
Göbeklitepe’de bulunan 11.500 yıllık yapılar, mimarlık tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmiştir. İnsanoğlunun tek tanrılı dinlerden önceki çok tanrılı döneme ait ilk tapınağıdır. İlk tapınak M.Ö. 5.000 yılına tarihlenen Malta Adası’ndaki tapınak olarak biliniyordu. Göbeklitepe yerleşim alanının tespiti ile bu bilgiler geçerliliğini yitirmiş ve insanoğlunun ilk tapınağının günümüzden 11.500 yıl öncesine tarihlenen “*Göbeklitepe Tapınağı*” olduğu bilimsel verilerle kanıtlanmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

4.1. Şanlıurfa'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistlerle Yapılan Anketlerin Değerlendirmeleri

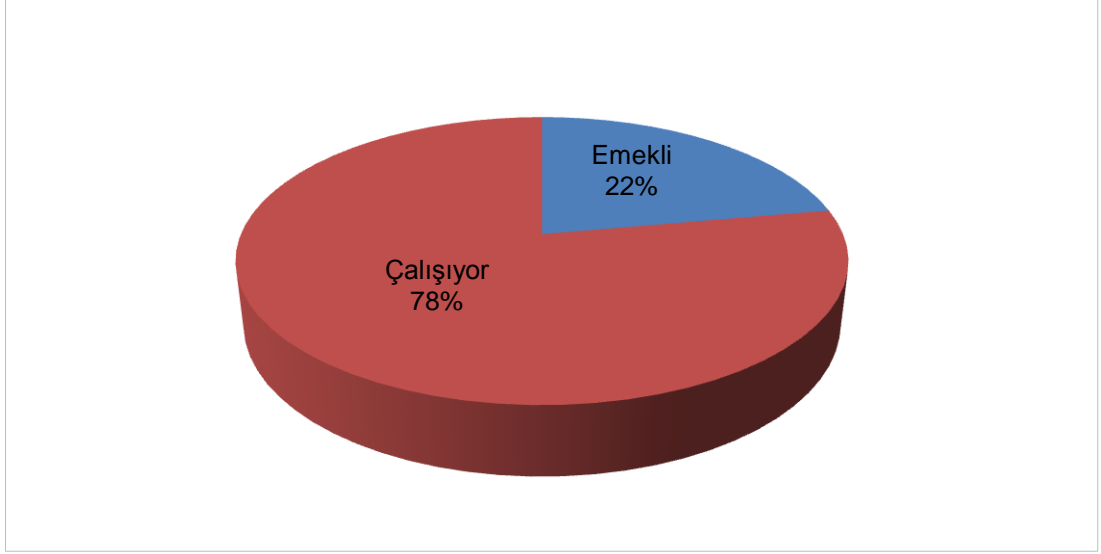
Bu çalışmada ilk olarak her üç tarihi alan için deneme anketleri hazırlanmıştır. Deneme anketleri (pre-test) koşullu değerlendirme yönteminin en önemli ilk aşamasıdır (Tümay, 2006). Anket sorularının tam olarak anlaşılabilir olmasını sağlayan bu ön çalışma, yöntemin ilerleyen aşamalarında daha doğru uygulanmasını ve sonuçlarının da daha güvenilir olmasını sağlamaktadır. Bu anketlerin sonuçlarına göre sorular tekrar gözden geçirilmiştir. Deneme anketlerinde ortaya çıkan sonuç, yabancı ziyaretçilerin her üç tarihi alanın ekonomik değerinin önemini kavramış ve ödeme istekliliklerinin mevcut olmasıdır.

Şekil 4.1.'de ziyaretçilerin cinsiyet durumları gözlenmektedir. Buna göre ziyaretçilerin %53'ü erkek olup, %47'si kadındır.



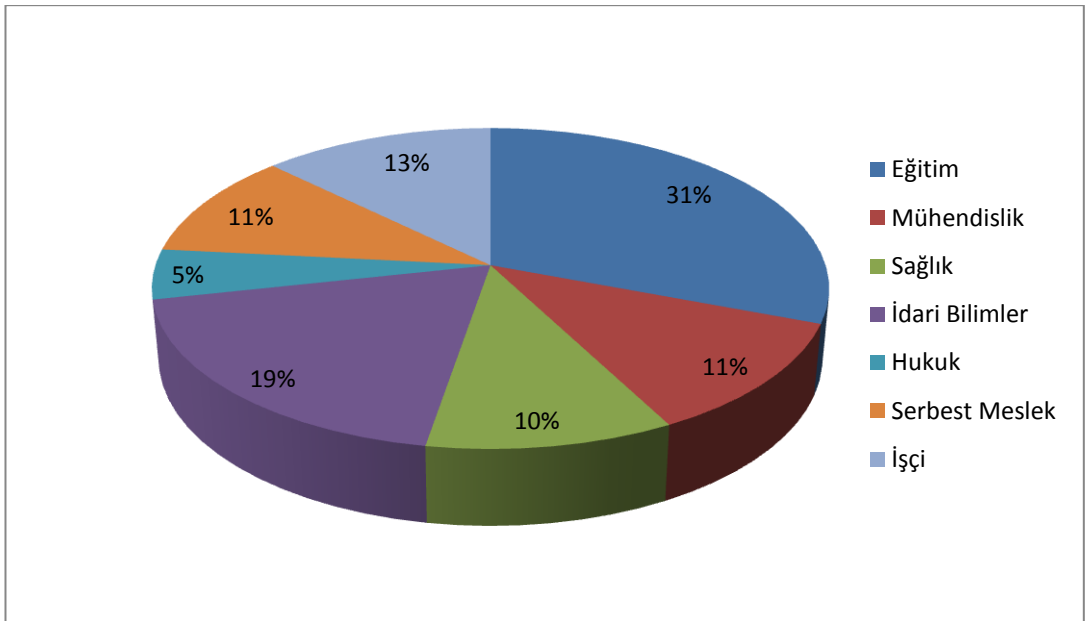
Şekil 4.1. Ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı

Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistlerin %78'i hali hazırda çalışıyor durumda iken, %22'si emeklidir (Şekil 4.2.).



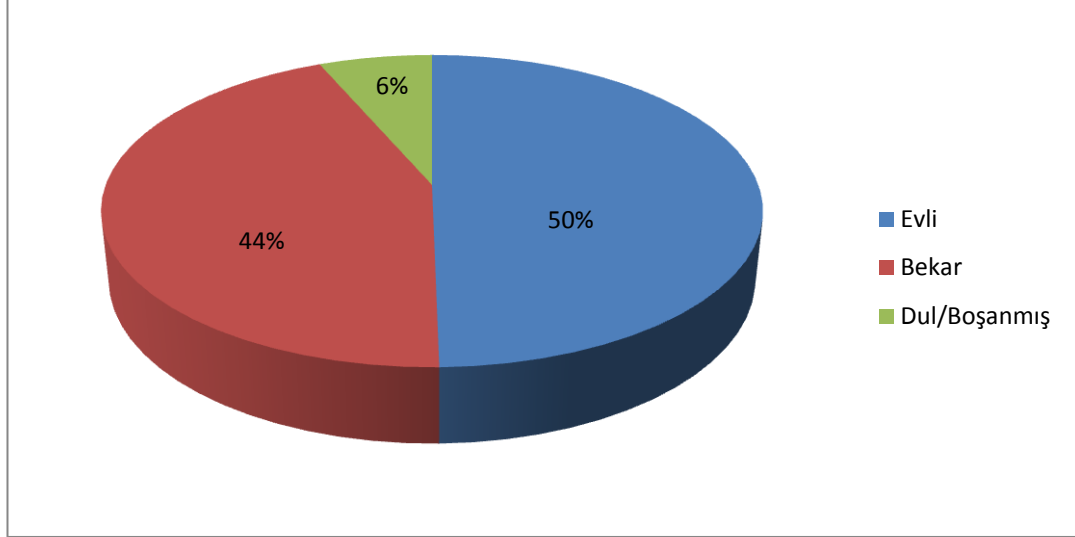
Şekil 4.2. Ziyaretçilerin çalışma durumu

Ziyaretçileri meslek gruplarına göre sınıflandırdığımızda, en başta %31 oranıyla eğitim sektörü gelmektedir. Bunu %19 ile idari bilimler takip etmektedir. İşçilerin oranı %13'e tekabül etmektedir. İşçilerden sonra aynı oranda olmak üzere (%11) mühendislik ve serbest meslek mensupları gelmektedir. Sağlık sektöründe çalışan ziyaretçilerin oranı ise %10'dur. Son sırada ise %5 oranıyla hukuk alanında çalışan ziyaretçiler oluşturmaktadır (Şekil 4.3.).



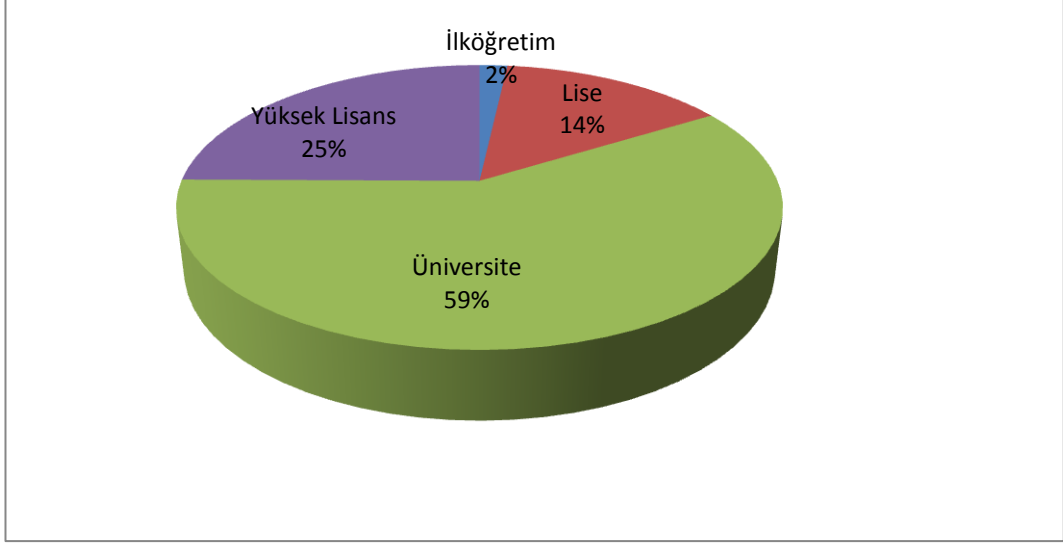
Şekil 4.3. Ziyaretçilerin meslek gruplarına göre dağılımları

Ankete katılan ziyaretçilerin 168'i evli, 148'i bekâr olup, 22 ziyaretçi dul ya da boşanmıştır. Oransal olarak, evliler %50'ye, bekârlar %44'e, dul ya da boşanmışlar %6'ya tekabül etmektedir (Şekil 4.4.).



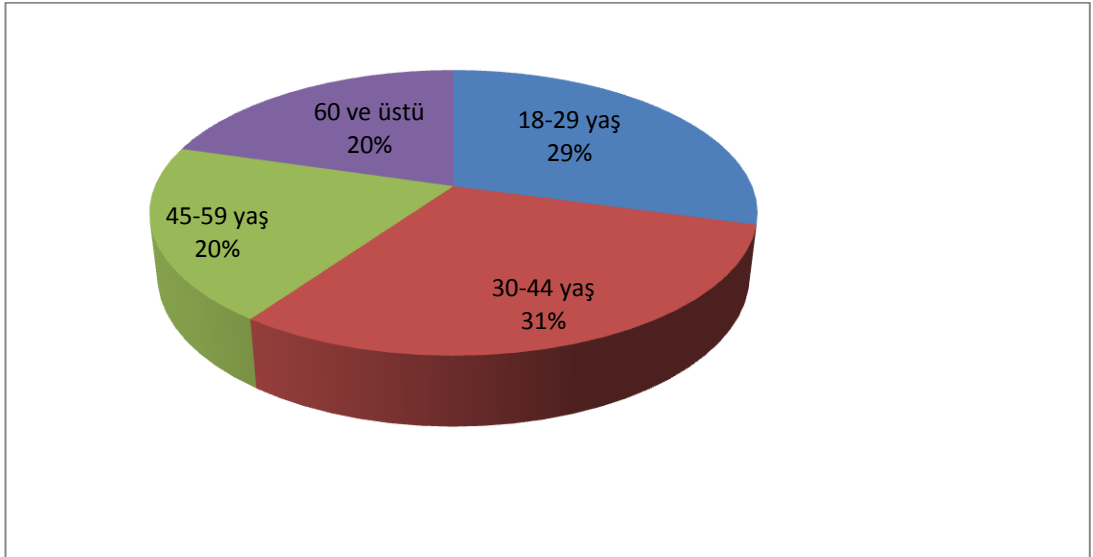
Şekil 4.4. Ziyaretçilerin medeni halinin gösterimi

Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistlerin eğitim durumuna baktığımızda; %85'inin üniversite ve daha yüksek eğitim aldıklarını gözlemleyebiliriz. Bu da bölgeyi ziyaret edenlerin kültürel çevreye olan duyarlılıklarının yüksek olabileceği kanaatini oluşturabilmektedir. Nitekim ziyaretçilerin yalnızca üniversite mezunu olma oranı %59'dur. %25'i yani ¼'ü yüksek lisans eğitimi almıştır. İlköğretim mezunu oranı ise çok düşük düzeyde olup (%2), geriye kalan (%14) kısmı ise lise mezunudur (Şekil 4.5.).



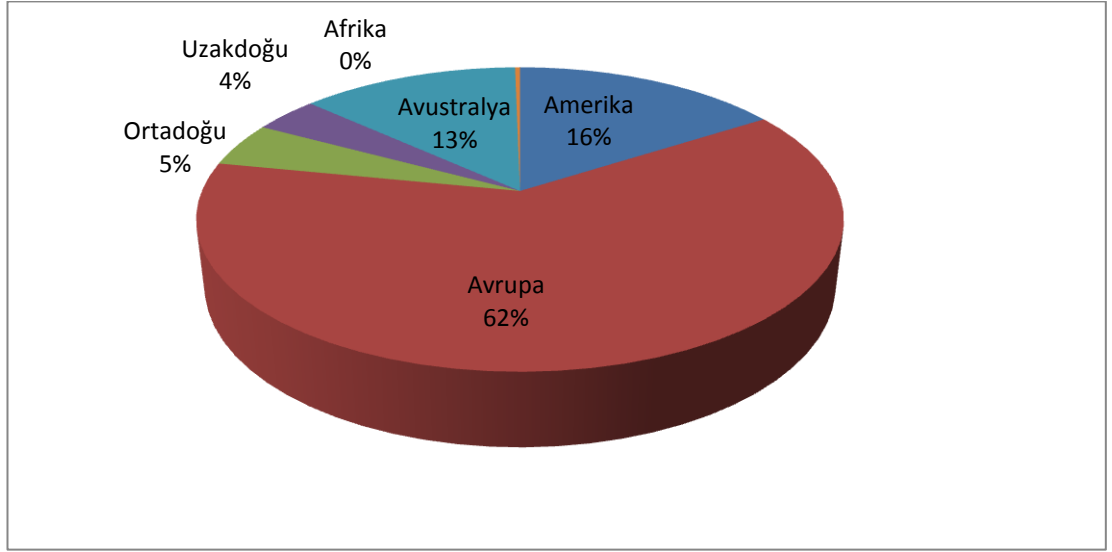
Şekil 4.5. Ziyaretçilerin eğitim durumu

Ziyaretçilerin büyük bir bölümü genç nüfustan oluşmaktadır. Bunların dağılımına baktığımızda %60'ı 18 ile 45 yaş aralığındadır. Bu da bize bölgeyi ziyaret eden yabancı turistlerin genç nüfustan oluştuğunu göstermektedir. 45–59 yaş arası yabancılar ziyaretçilerin %20'sini oluşturmaktadır. 60 yaş ve üstü yabancı ziyaretçiler ise sadece %20 civarındadır. Yabancı ziyaretçilerin yaş ortalaması 41.93 olup geç yaş gurubuna dâhil edilebilir (Şekil 4.6.).



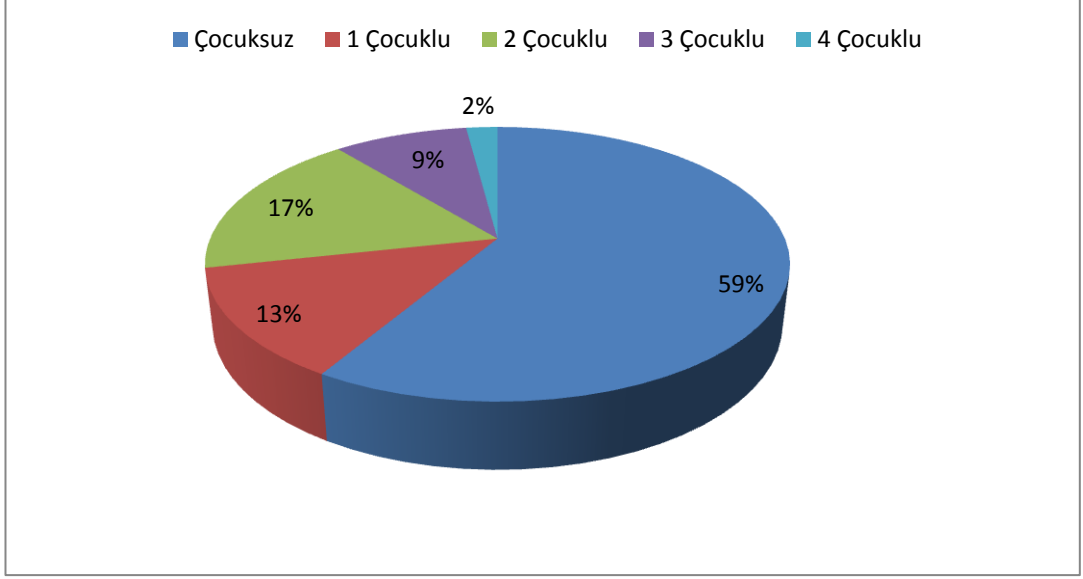
Şekil 4.6. Ziyaretçilerin yaş dağılımları

Ziyaretçilerin geldikleri yerler kıtalar itibariyle ele alınmıştır. Buna göre bölgemizi en çok Avrupalı turistler ziyaret etmektedirler. Bunların oranı %62 olup, 338 denekten 210 kişiye tekabül etmektedir. Avrupalıları, Amerikalılar %16 ile takip etmektedir. Keza bölgeye hatırı sayılır bir oranda (%13 ile) Avustralyalı turistler de ziyaret etmektedirler. Ortadoğu ve Uzakdoğu'dan gelen ziyaretçilerin oranı ise sırasıyla %5 ve %4 civarında olup, düşük bir orana tekabül etmektedir (Şekil 4.7.).



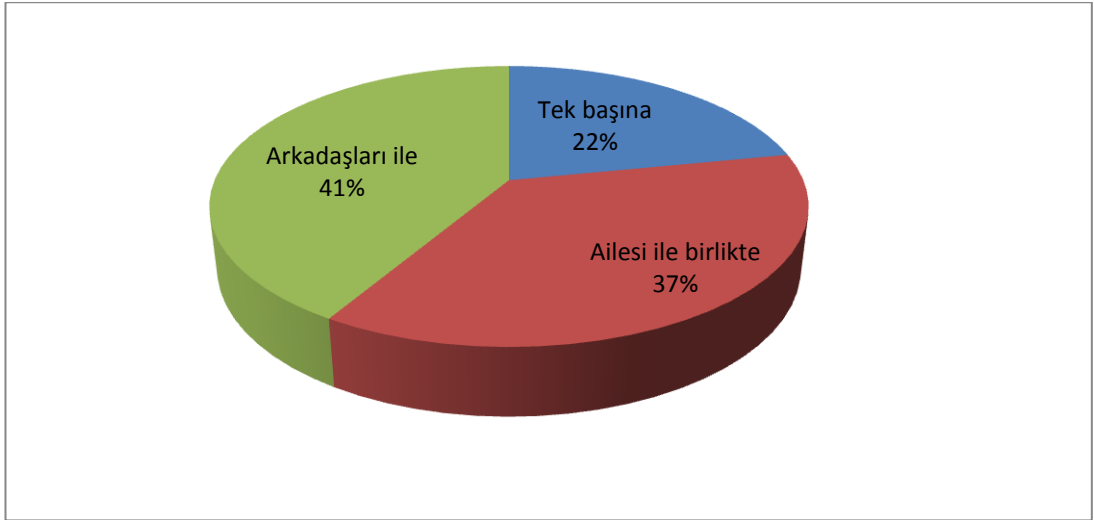
Şekil 4.7. Kıtalar itibariyle bölgeyi ziyaret eden yabancıların oranı

Hiç çocuğu olmayan ziyaretçilerin oranı %59 olup, 1 çocuğu olanlar %13'e tekabül etmektedir. Yalnız 2 çocuğu olanlar 1 çocuğu olanlardan daha fazladır. Bu da oransal olarak %17'dir. 2'den fazla çocuğu olanlar ise beklentilerimizi karşılayacak şekilde küçük bir azınlığı temsil etmektedir. Bunun oranı %11'dir (Şekil 4.8.).



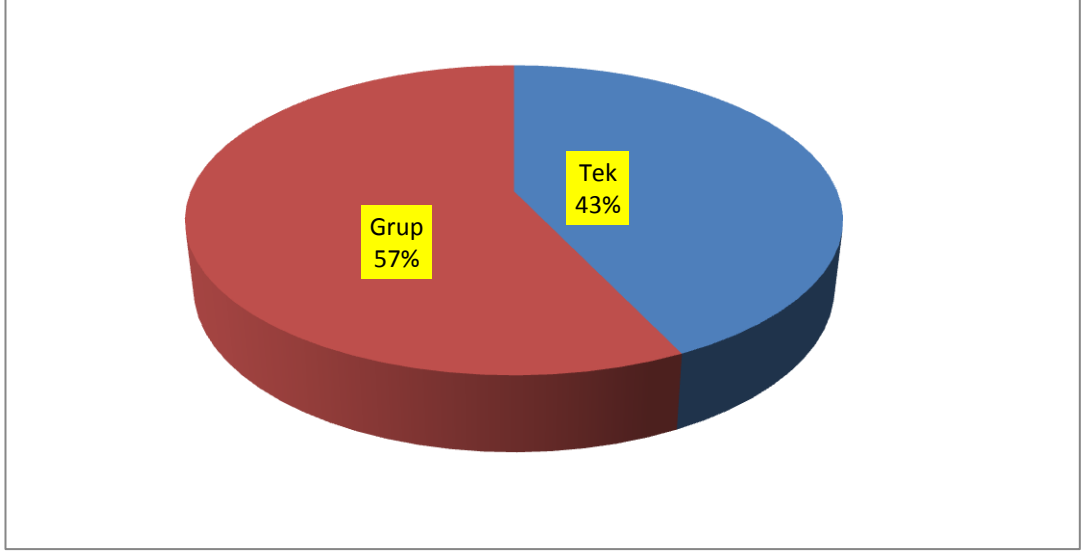
Şekil 4.8. Ziyaretçilerin çocuk sayısı

Bölgemizi ziyaret eden yabancı turistlerin sadece %22'si tek başına seyahat etmişlerdir. Buna karşın, %41'i arkadaşları ile %37'si ailesi ile birlikte hareket etmişlerdir. Arkadaşları ve aileleri ile bölgemizi ziyaret edenlerin toplamı büyük çoğunluğu oluşturup, %78 oranındadır (Şekil 4.9.).



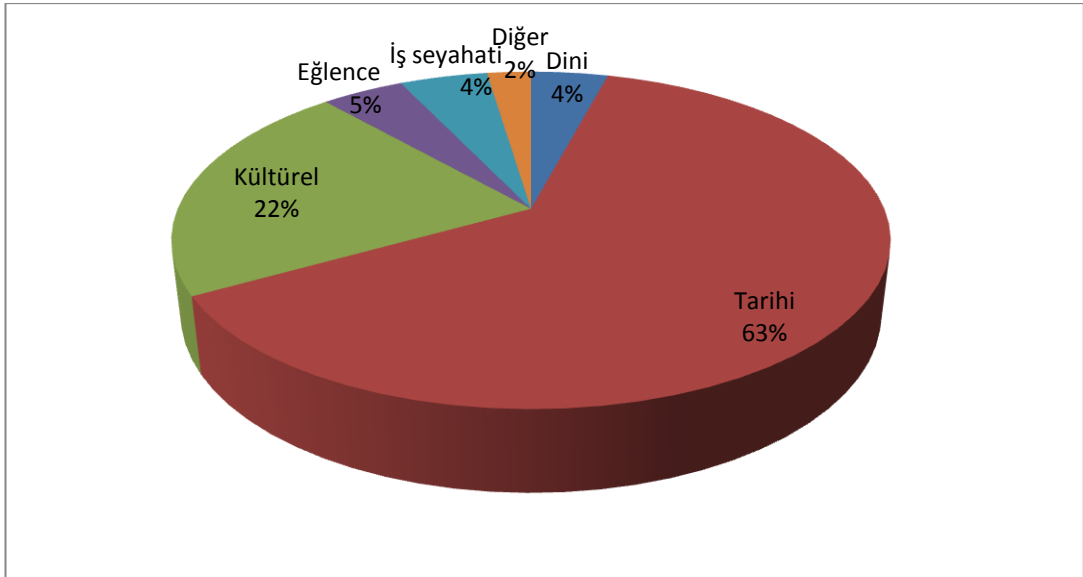
Şekil 4.9. Bölgeyi ziyaret şekli

Ziyaretçilerin %43'ü tek başlarına seyahat etmeyi tercih etmişlerdir. Hâlbuki daha büyük bir oranda (%57) seyahat acenteleri veya turlar vasıtasıyla bölgeyi ziyaret etmeyi tercih etmişlerdir (Şekil 4.10.).



Şekil 4.10. Seyahat şekli durumu

Ziyaretçilerin ziyaret amaçlarına oransal olarak bakıldığında en fazla oranın tarihi amaçlar olduğu görülür. Bunu hemen %22 ile kültürel amaçlar takip etmektedir (Şekil 4.11.).



Şekil 4.11. Ziyaret amacı

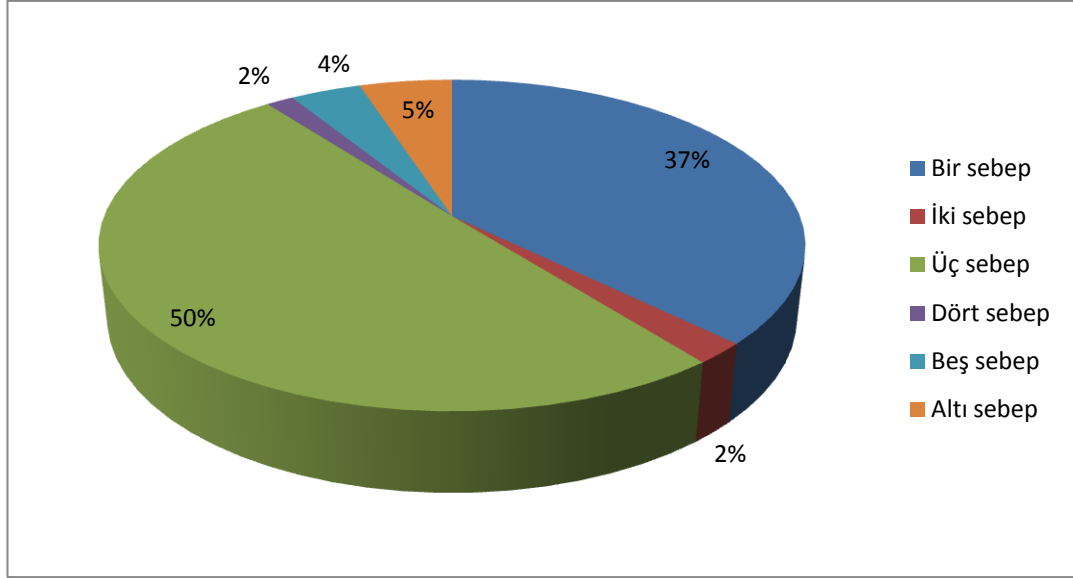
Ankete cevap veren deneklerin büyük bir kısmı %88 oranında Şanlıurfa'ya dini, tarihi ve kültürel sebeplerle ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Diğer sebepler ise düşük bir oranda kalmış (%12), bunlar arasında iş seyahati, eğlence ve diğer sebepler gösterilmiştir. Burada dikkat çeken bir olguda beklenenin aksine dini sebeplerden ziyaret edenlerin azlığı (%4), buna karşın kültürel ve tarihi sebeplerden ziyaretlerin

gerçekleşmiş olduğu ön plana çıkmıştır. Daha doğrusu Şanlıurfa'yı ziyaret edenlerin %63'ü tarihi sebeplerden ziyaretini gerçekleştirdiğini beyan etmiştir. Bu da bölgenin tarihi potansiyelini ortaya koyması bakımından dikkate değerdir (Şekil 4.12.).



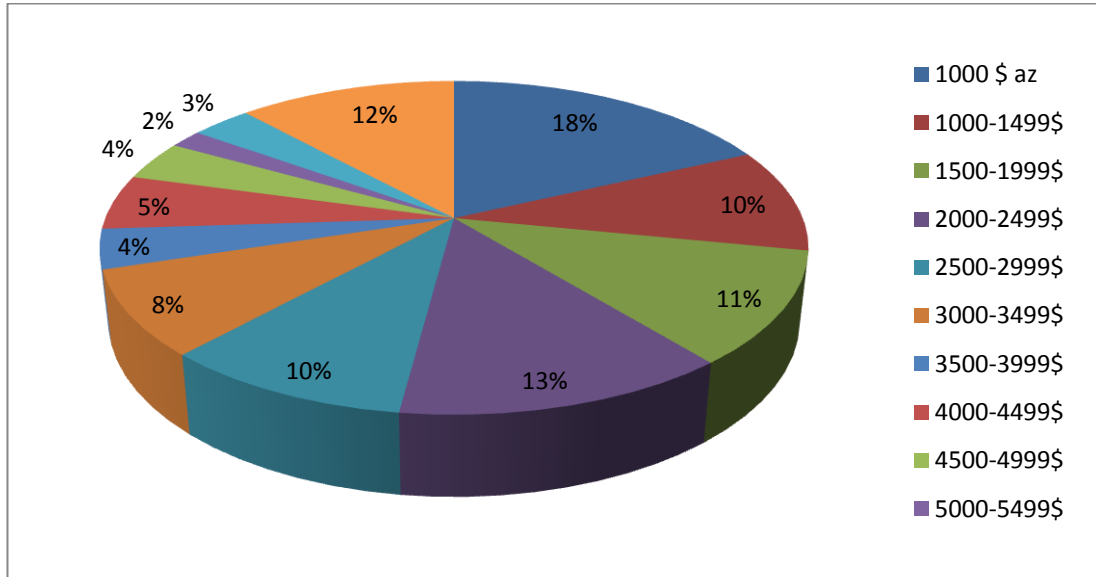
Şekil 4.12. Ziyaret amacının gösterimi

Ziyaret sebebi hakkındaki dağılım şekil 4.13.'de yer almaktadır. Buna göre sadece 1 sebepten bölgeyi ziyaret eden yabancıların sayısı 126 olup, oran olarak deneklerin %37'sidir. Denekler en çok üç sebebi işaretlemişlerdir. Toplam 170 kişi 3 sebebi birden işaretlemiştir. Yapılan çalışmada üç sebebi işaretleyenlerin oranı yüksek bir değer olarak bulunmuştur. Bu oran %50'ye tekabül etmektedir. Bu üç sebep gözlemlerimize binaen ve anketleri tek tek incelediğimizde tarihi, kültürel ve dini sebeplerden oluşmaktadır. Buda önsezisel olarak tahmin ettiğimiz gibi yabancı turistlerin Şanlıurfa'ya tarihi ve kültürel yerleri ziyaret etmek için geldiklerini ispat etmektedir. Diğer seçenekleri işaretleyenlerin oranı göz ardı edilebilir oranlardadır. Dört sebebi işaretleyenler sadece %2, beş sebebi işaretleyenler %4, bütün sebepleri işaretleyenler ise, %5 civarındadır.



Şekil 4.13. Ziyaret sebebi dağılımı durumu

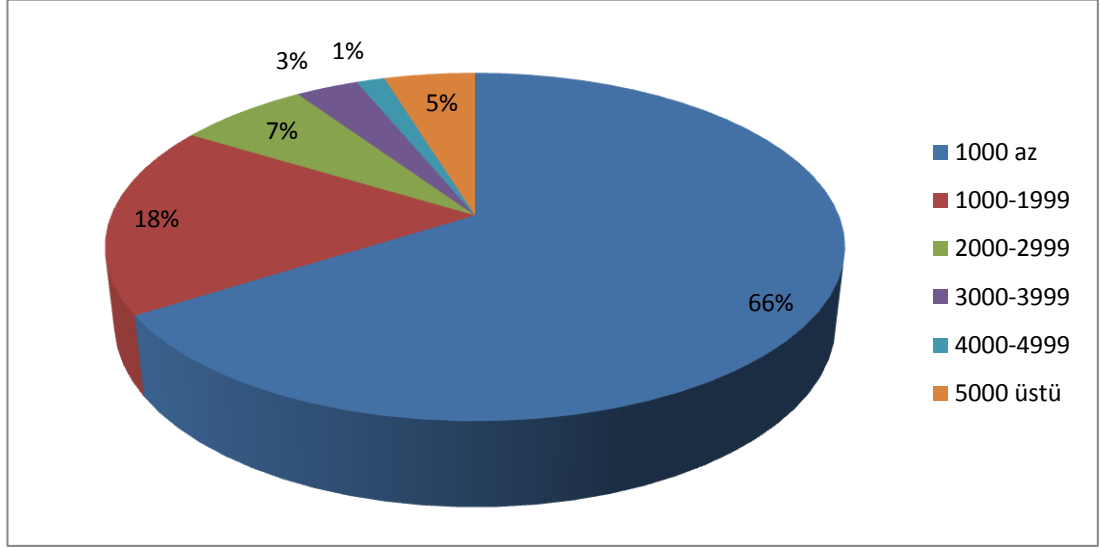
Ziyaretçilerin aylık geliri \$1000'dan az olanların sayısı 61 olup, deneklerin %18'ini oluşturmaktadır. \$1000 ile \$1500 arasında 34 denek bulunmakta, bunun oranı %10'dur (Şekil 4.14.).



Şekil 4.14. Ziyaretçilerin aylık gelir durumu

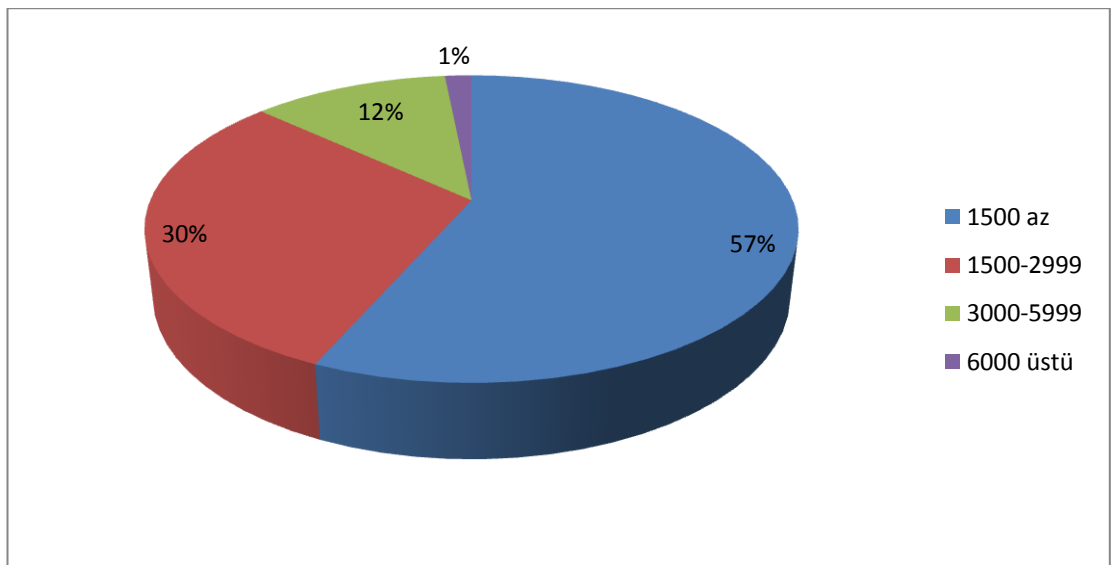
Anket yapılan deneklerin Şanlıurfa'yı ziyaret için yaptıkları masraf ortalaması \$1125'dir. Deneklere sorulan soruyu şekildeki gibi bant uygulaması haline getirdiğimizde, \$1000'dan daha az masraf yapan deneklerin sayısı 223 olup, oranı

%66'dır. \$1000 ile \$2000 masraf yapanlar ise 60 kişi olup, oranı %18'dir. \$5000 ve üstü seyahat masrafı olan deneklerin oranı ise sadece %5'tir (Şekil 4.15.).



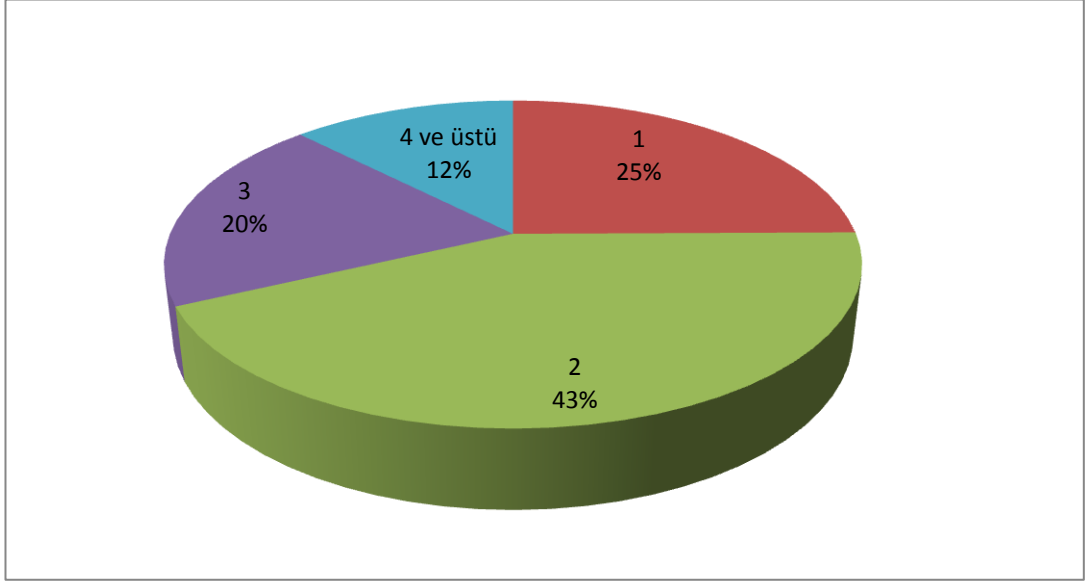
Şekil 4.15. Ziyaretçilerin seyahat masrafı durumu

Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistlerin her bir tatilde yaptıkları harcamayı gösteren gösterilmiştir. Buna göre ortalama seyahat harcaması her bir tatil için \$2137'dir. Ortalama seyahat harcaması \$1000'dan az olanların oranı %57'ye tekabül etmektedir. \$1500 ile \$3000 arası oranı %30'dur. \$3000-\$6000 arası ancak %12'dir. Yapılan çalışmada \$6000 ve üstü ortalama harcaması olan turistlerin oranı %1 olarak bulunmuştur (Şekil 4.16.).



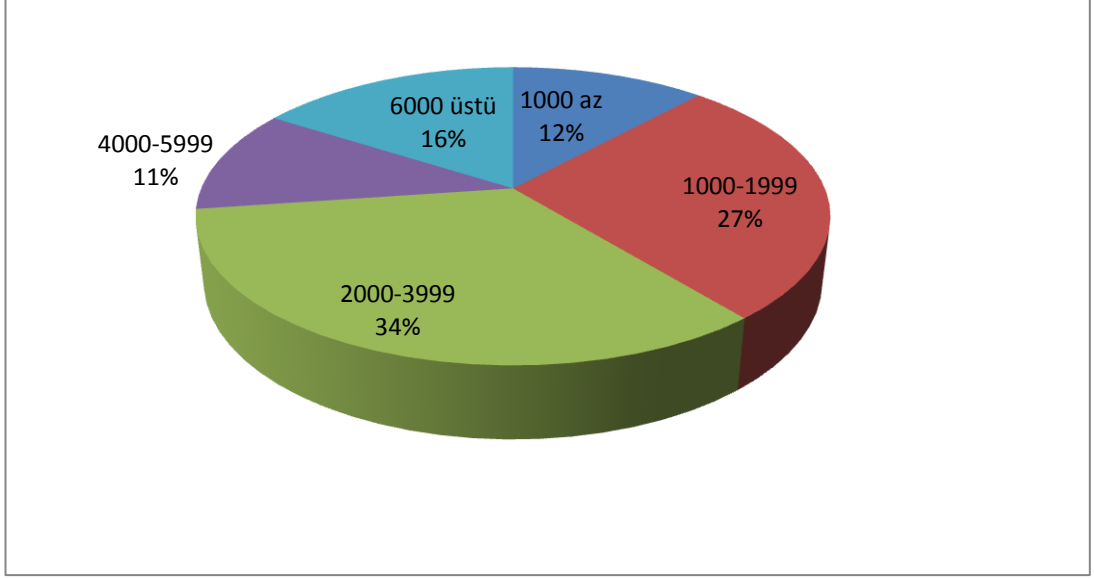
Şekil 4.16. Ortalama seyahat harcaması dağılımı

Yapılan çalışmadan elde edilen bulgulara göre, en az bir ülkeyi ziyaret edenlerin sayısı 84'tür. Bu sayı %15'e denk gelmektedir. Hâlbuki birden fazla ülkeye gidenler yani ve 2 ülkeyi ziyaret edenlerin sayısı 146 olup, oransal olarak %43'e tekabül etmektedir. Bu oran bize bölgeyi ziyaret edenlerin başka ülkeleri de ziyaret ettiklerinin kanıtı olarak gösterilebilir. Ortalama ziyaret edilen ülke sayısı ise 2.36 olarak tespit edilmiştir (Şekil 4.17.).



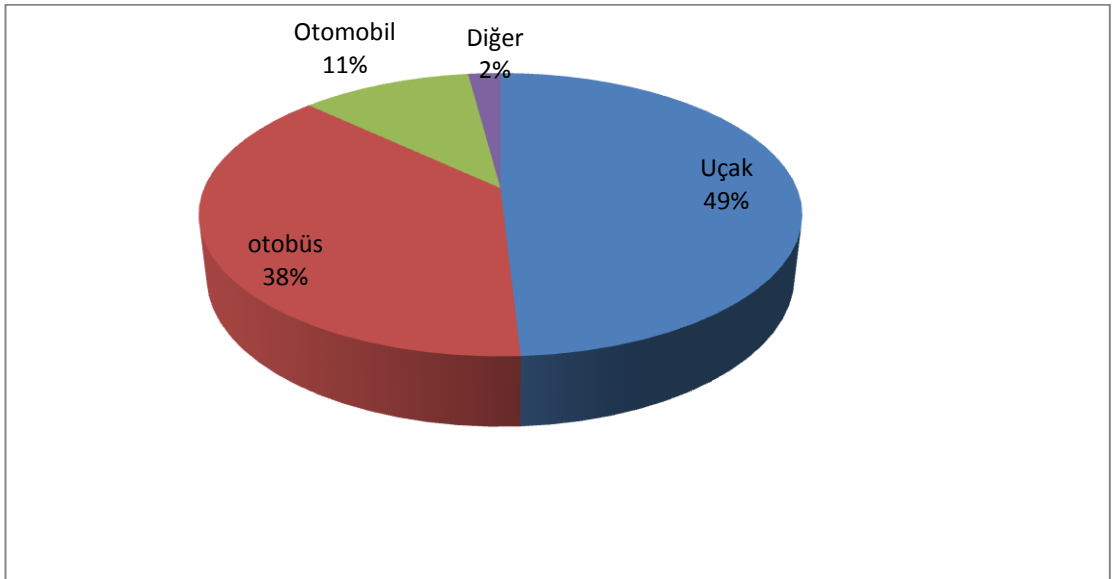
Şekil 4.17. Ziyaret edilen ülke sayısı durumu

Ziyaretçilerin yıllık ortalama seyahat dağılımları şekil 4.18.'de gösterilmiştir. Ziyaretçilerin ortalama yıllık seyahat masrafı 3604\$ olarak bulunmuştur. Ayrıca şekil gösterimlerinde bant uygulaması yapılmıştır. Buna göre, yıllık ortalama seyahat masrafı \$1000'dan az olan 40 denegin oranı %12'dir. 1000\$ ile 2000 \$ arası 92 kişi %27'ye denk gelmektedir. 2000\$ ile 4000\$ arası yıllık seyahat masrafı olan denek sayısı 114 kişi olup, oranı %34'tür. Bütün deneklerin yıllık ortalama seyahat masrafı olan 3604\$ bu bandın içindedir.



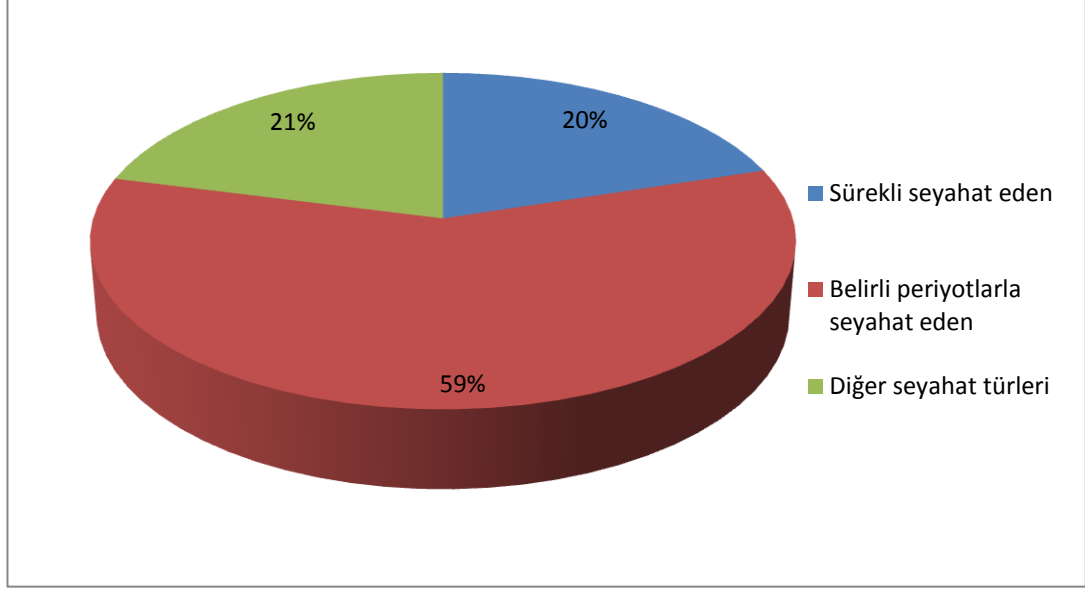
Şekil 4.18. Ziyaretçilerin yıllık ortalama masrafları

Yapılan çalışmada ziyaretçilere Şanlıurfa'yı ziyaret etmek için hangi taşıma aracını kullandıkları sorulmuş, 166 kişi uçağı kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunun oranı yaklaşık %49'dur. Buna karşın, otobüsle geldiklerini belirtenlerin sayısı ve oranı sırasıyla 128 ve %38'dir. Ancak anket sırasında yapılan yüz yüze görüşmelerde ziyaretçilerin büyük bir kısmı Türkiye'ye uçakla geldikten sonra otobüsle Şanlıurfa'ya geldiklerini belirtmişlerdir. Buna ek olarak, GAP havalimanının sefer sayısını arttırması ve uluslar arası havalimanı statüsüne kavuşması halinde uçakla yolculuğı tercih edeceklerini vurgulamışlardır (Şekil 4.19.).



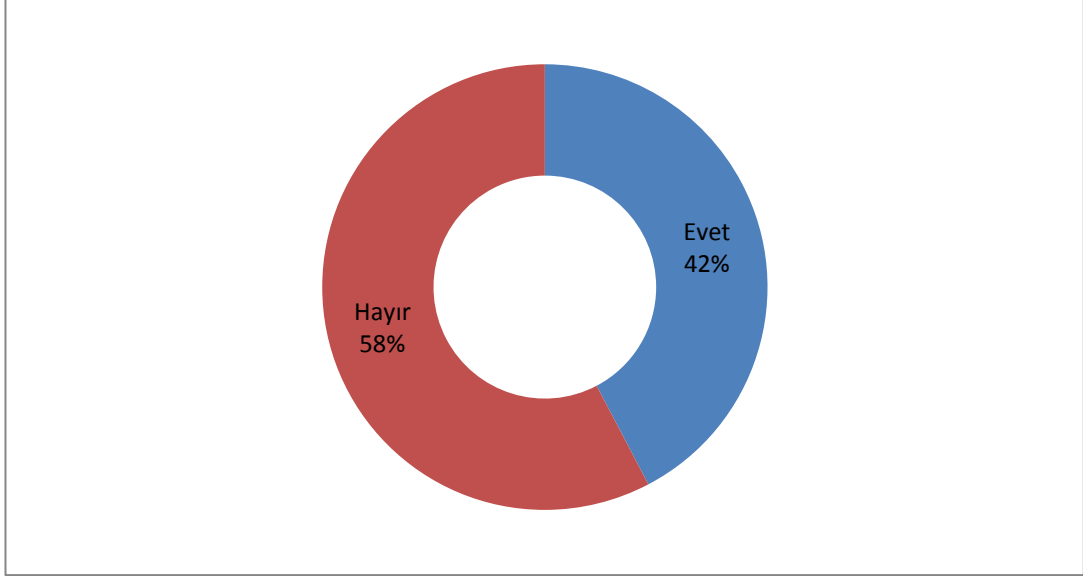
Şekil 4.19. Ziyaretçilerin kullandıkları seyahat araçlarının oranları

Yapılan çalışmada ziyaretçi türü belirlenmiş olup, sürekli seyahat edenlerin oranı %20'dir. Hâlbuki belirli periyotlarla seyahat edenlerin sayısı 199 denek olup %59'a tekabül etmektedir. Arada sırada seyahat edenlerin oranı ise %21'dir (Şekil 4.20.).



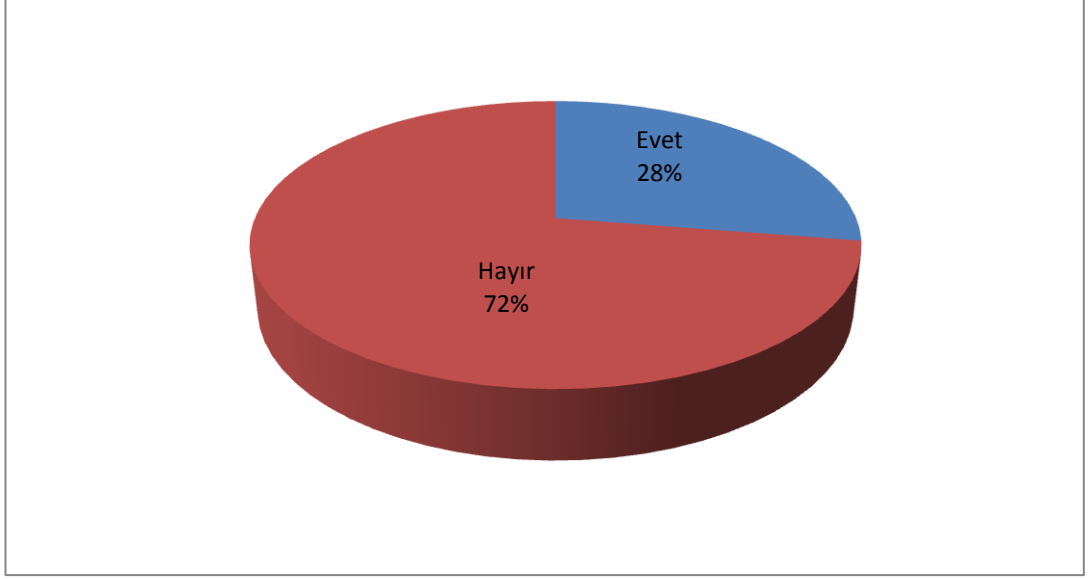
Şekil 4.20. Ziyaretçi türlerinin oransal dağılımı

Yapılan çalışmada örneklem hacmi içerisindeki bütün deneklere ilk defa Şanlıurfa kalesini ziyaret ettikleri varsayımı altında buraya girişte ne kadar ücret ödemek istedikleri sorulmuştur. Bunun için teklif fiyatları oluşturulmuştur. Teklif fiyatları 5\$ ile 60\$ arasında rastgele seçilerek deneklere önerilmiştir. Teklif fiyatlarımızın ortalaması 27\$'dır. Teklif fiyatlarımıza evet diyen deneklerin sayısı 143 olup, oranı %42'dir. Bununla birlikte evet diyenlerin ortalaması 31.12\$'dır. Buna karşın fiyat tekliflerimize hayır diyen deneklerin sayısı ve oranı sırasıyla 195 ve %58'dir. Hayır diyenlerin ortalaması 72.82\$'dır (Şekil 4.21.).



Şekil 4.21. Teklif fiyatlarına karşı duyarlılık

Çalışmanın bu bölümünde ziyaretçilere kuramsal pazar şartları altında ödeme isteklilikleri sorulmuştur. Bu kuramsal pazar şu şekilde oluşmaktadır. Varsayalım ki yerel yöneticiler Urfa kalesinde çok çeşitli aktiviteler geliştirmiş olsun. Bunlar arasında kefeler, restoranlar, piknik alanları, yüzme havuzu, danışma merkezleri, kaleyi kolayca ziyaret için asansör yapılması, peyzaj ve manzara alanları oluşturulması. Bu yapılacaklar ziyaretçilere fazladan masraf gerektirecektir. Bu şartlar altında yani bu varsayımsal pazar şartları altında ziyaretçilere fazladan ödemeye razı oldukları fiyat teklif edilmiştir. Teklif fiyatları 5\$ ile 125\$ arasında değişmektedir. Teklif fiyatları rastgele 5'er arttırılarak deneklere sorulmuştur. Bu sonuçlara göre 93 denek evet cevabı vermiş bunun oranı %28'e tekabül etmektedir. Buna karşın hayır diyenlerin oranı daha fazla olup, deneklerin sayısı 245'e karşı oranı %72'dir. Kuramsal Pazar şartları altında ortalama teklif fiyatımız 65\$'dır. Evet, ortalaması 44.46\$ olup, hayır ortalaması 72.82\$'dır. Evet diyen 93 ziyaretçi ortalama 52\$ ödeme istekliliği belirtmişlerdir (Şekil 4.22.).



Şekil 4.22. Kuramsal pazar şartlarında teklif fiyatlarına karşı evet/hayır oranları

4.2. Likert Algılama Modeli

Bu bölümde çalışma alanı içerisinde yer alan yabancı turistlerin Şanlıurfa'nın tarihi yerlerine bakışları, algılamaları ve değerlendirmeleri ve benzeri düşüncelerini belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu bölümü oluşturan sorular ziyaretçilerin tarihi alanlara bakışını ve tutumlarını ölçen ve birden çok sorudan oluşan İndeks olarak da topluca değerlendirilmiş olup, ilerleyen bölümlerde yer almaktadır.

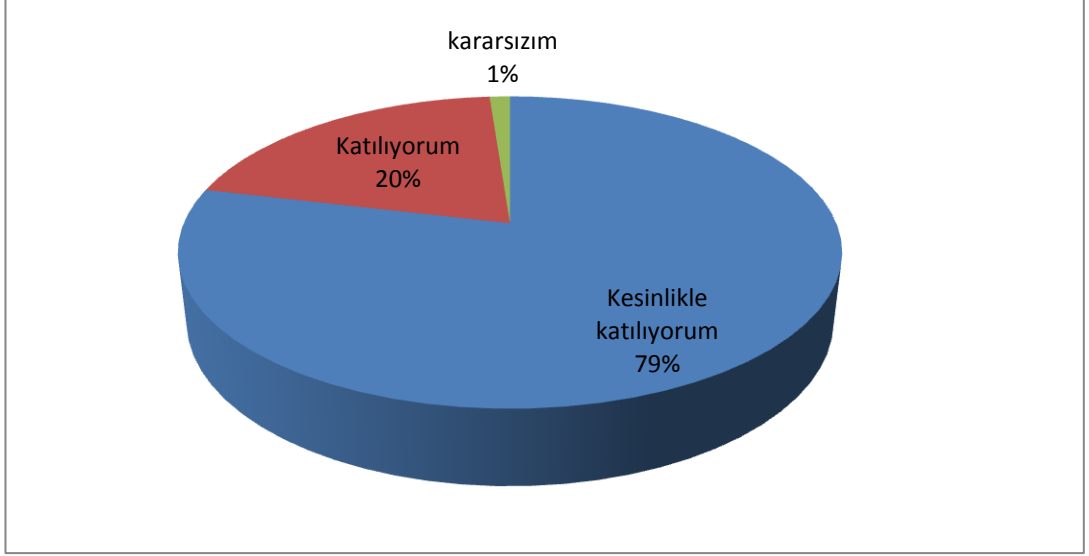
Yapılan Likert tipi anket uygulamasında, ziyaretçilere birçok soru sorulmuştur. Onlardan kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4), kesinlikle katılıyorum (5) tarzında 5'li değerlendirme sorularına uzun süre düşünmeden ilk akla geleni işaretlemesi istenmiştir. 5'li likert algılama modelinden elde edilen sonuçlar incelenebilir (Çizelge 4.1.).

Çizelge 4.1. 5’li likert algılama modelinden elde edilen sonuçlar

Sorular	1	2	3	4	5
Tarihi Eserler Korunmalıdır	%0	%0	%1	%20	%79
Şanlıurfa Dünya’nın En Eski Şehirlerinden Biridir	%3	%13	%25	%38	%21
Şanlıurfa Açık Bir Müze Şehridir	%2	%11	%25	%44	%18
Tarihi Anıtlara Erişim Şehrin Sağladığı Olanaklarla Paralel Olmalıdır	%1	%7	%31	%50	%11
Kültürel Miras Bilinci Korunmalı Ve Arttırılmalıdır	%0	%1	%3	%32	%64
Kültürel Miras Korunmalı Ve Gelecek Kuşaklara Aktarılmalıdır	%0	%1	%1	%19	%79
Şanlıurfa’nın Tarihi Değerleri Uluslararası Alanda Çok Bilinir	%10	%53	%21	%14	%2
Şanlıurfa’nın Tarihi Değerleri Uluslar Arası Alanda Çok İyi Tanıtılıyor	%15	%57	%18	%7	%3
Kültürel Mirasa Erişim İçin Şanlıurfa’nın Yeterli Altyapısı Vardır	%4	%19	%33	%37	%7
Kentin Uygulama Planı Hazırlanmasında Öncelik Tarihi Eserlere Verilmelidir	%0	%2	%10	%52	%36
Tarihi Ve Turistik Yerleri Ziyaret Etmek Eğlencelidir	%0	%2	%9	%41	%48
Uluslararası Bir Kuruluş Bütün Tarihi Alanları Korumaktan Sorumlu Olmalıdır	%3	%10	%29	%28	%30
Tarihi Alanların Turizm Vasıtasıyla Ülke Ekonomisine Katkısı Büyüktür	%0	%2	%15	%44	%39
Tarihi Alanların Turizm Vasıtasıyla Farklı Etnik Grupları Kaynaştırması Kaçınılmaz Bir Fırsattır	%0	%2	%15	%44	%39

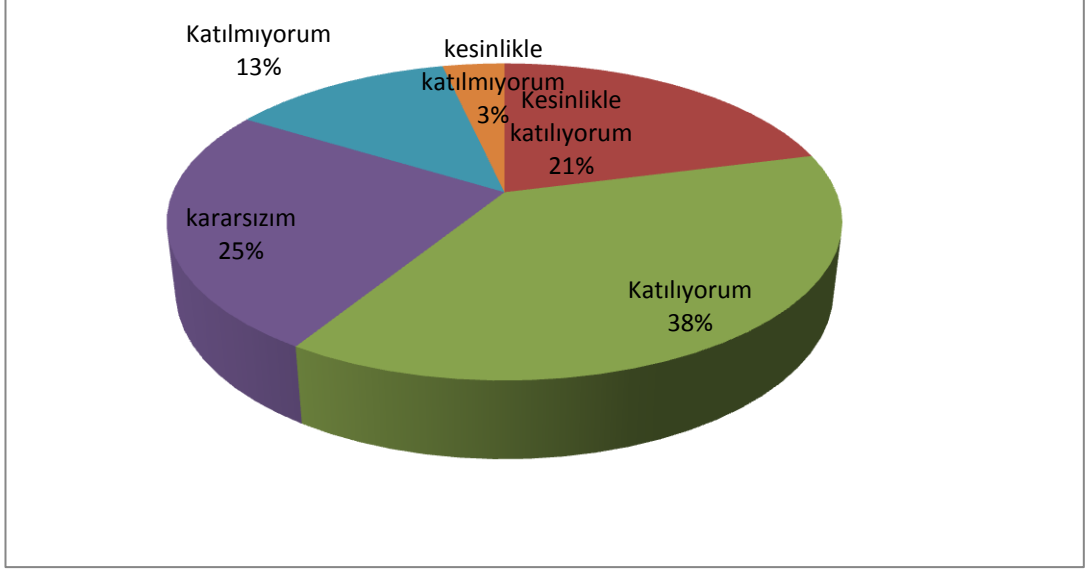
Not: Kesinlikle Katılmıyorum(1), Katılmıyorum(2), Kararsızım(3), Katılıyorum(4), Kesinlikle Katılıyorum(5)

Tarihi eserler korunmalıdır sorusuna deneklerin 266’sı yani %79’u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. Bu soruya katılmıyorum ve hiç katılmıyorum cevabı verilmemiştir. Keza kararsızım diyen ziyaretçiler ihmal edilecek derecede düşük bir orandadır (%1). Kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum oranlarını topladığımızda %99 oranı karşımıza çıkmaktadır ki bu da bize Şanlıurfa’yı ziyaret eden yabancı turistlerin ne denli tarihi eserlere duyarlı olduklarının bir kanıtıdır (Şekil 4.23.).



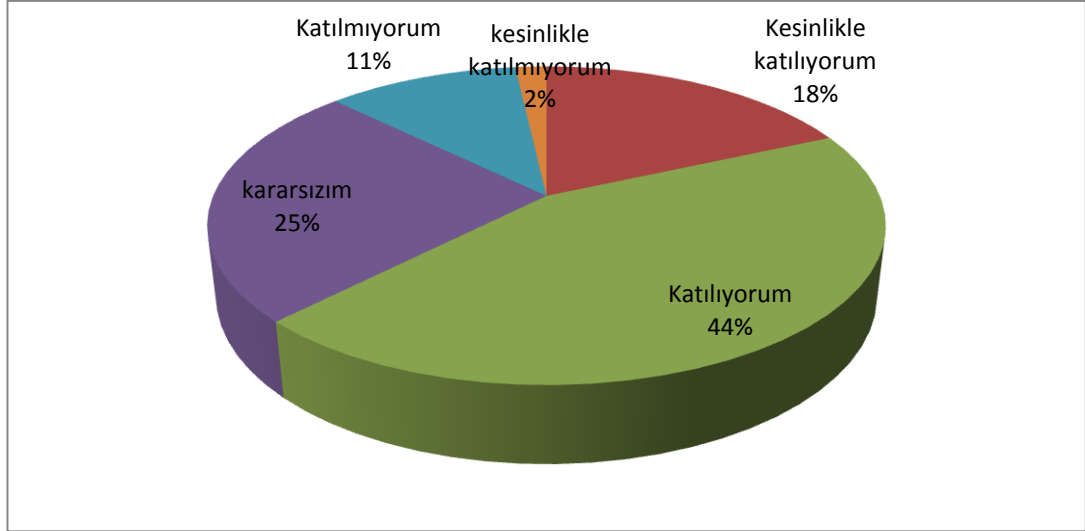
Şekil 4.23. Tarihi eserler korunmalıdır durumu

Şekil 4.24.'de Şanlıurfa'nın Dünya'nın en eski şehirlerinden biri olup olmadığı sorusuna cevap verilmeleri istenmiştir. Değerlendirilen cevaplara göre ziyaretçilerin (128 kişi) %38'i bu soruya katılıyorum cevabını vermişlerdir. Keza kesinlikle katılıyorum diyenlerin sayısı 71 olup, oranı %21'dir. Her iki şıkkı birlikte değerlendirdiğimizde yine yüksek bir oran olan %59 Şanlıurfa'nın eski ve kadim bir şehir olduğu kanısı hâkim görüştür. Buna karşın yabancı turistler arasında kararsız bir kitlenin varlığı rakamlarda kendini göstermektedir. Bu oran %25'dir. Yani bölgeyi ziyaret eden dört kişiden bir kişi Şanlıurfa'nın çok eski bir tarihe sahip olduğunun farkında değildir. Bu oran tanıtım eksikliğimizin bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Aynı zaman da %16 gibi ziyaretçiler Şanlıurfa'nın tarihinin çok eskilere kadar uzandığı görüşünü kabul etmemektedirler.



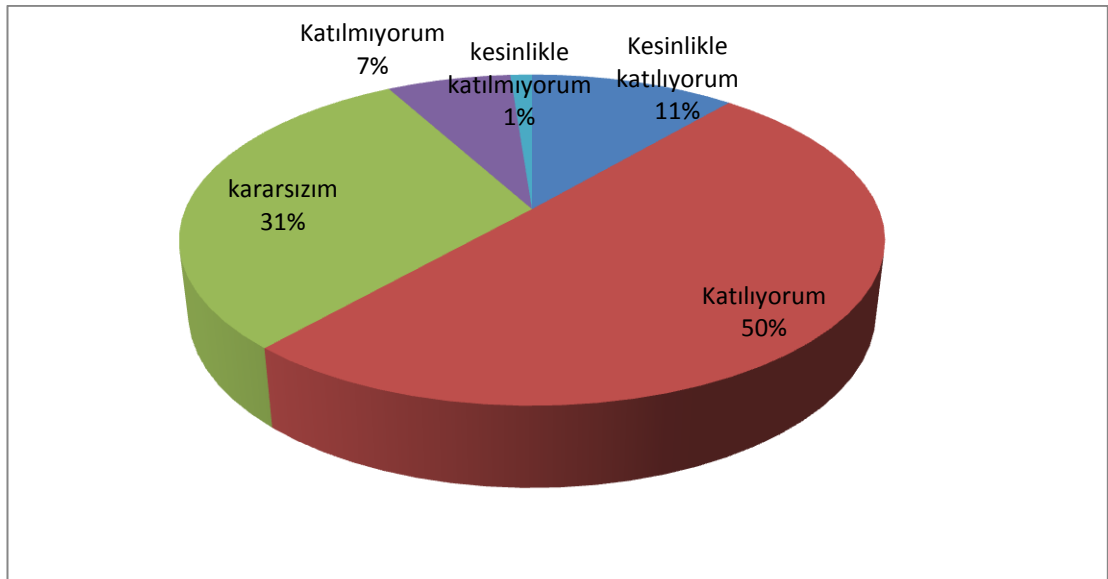
Şekil 4.24. Şanlıurfa dünya'nın en eski şehirlerinden biridir

Medeniyetin beşiği olarak bilinen ve “Verimli Hilal” ya da “Yukarı Mezopotamya” olarak adlandırılan coğrafyada yer alan Şanlıurfa, tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bundan dolayı Şanlıurfa tarihi ve turistik yönden bir açık hava müzesi görünümündedir. Bu görüşe yabancı turistlerin büyük bir bölümü katılmaktadır. Bu katılım oranı %62'dir. Bu oran bize yabancı turistlerin elimizde bulunan mevcut tarihi eserlerimiz hakkında farkındalıklarının bulunduğu bir delili sayılabilir. Buna rağmen %25 gibi bir ziyaretçi kitlesinin kararsızlık bildirmesi dikkate alınacak noktalardan biridir. Keza katılmayanların oranı da azımsanmayacak kadar olup, oranı %13'tür (Şekil 4.25.).



Şekil 4.25. Şanlıurfa açık bir müze şehridir

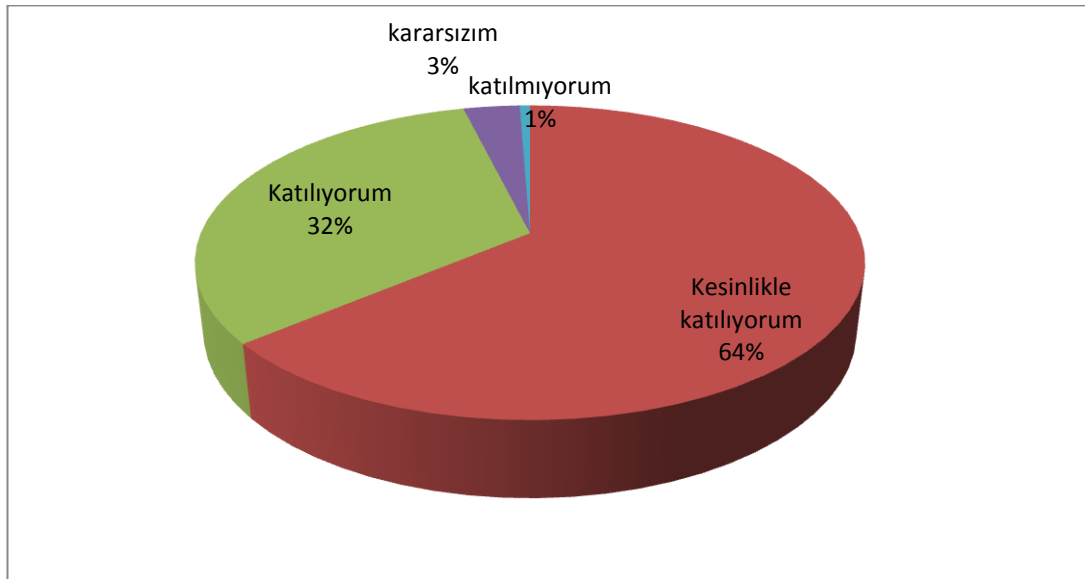
Yapılan çalışmanın bu bölümünde ziyaretçilere tarihsel anıtların şehrin sağladığı olanaklarla paralel olmalıdır hakkındaki görüşleri sorulmuş ve değerlendirilmiştir. Ziyaretçilerin büyük bir kısmı yani %61 civarında katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. Ancak dikkate alınması gereken bir oran olan %31 dolayında kararsızım cevabını vermiştir. Kararsızım oranının bu mertebede olması kentimizin altyapı olanaklarının sınırlı olduğunun bir göstergesi sayılabilir. Buna rağmen katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum oranı oldukça düşük mertebede olup bu oran %8'dir (Şekil 4.26.).



Şekil 4.26. Tarihi anıtlara erişim şehrin sağladığı olanaklarla paralel olmalıdır

Kültürel miras olarak tanımladığımız elle tutulabilen somut ve somut olamayan mirastır. Yöremizde uzun süre halk tarafından “harabe” veya “virane” diye adlandırılan, artık önemi iyice anlaşıldığı için özgün adlarıyla anılan, eski çağlardan günümüze kadar gelebilmiş, taşınabilen veya taşınamayan, yer altında veya yer üstünde rastlanan- eski yerleşim alanlarındaki evler, kamusal yapılar ya da yapı kalıntıları, ortak kullanım alanları, o çağlarda yaşayan insanların günlük yaşamlarında kullandıkları nesnelere, tarihi ve sanatsal eserlerdir. Somut olamayan kültürel miras ilerleyen bölümde açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu eserler bakımından bölgemiz hayli zengindir. Burayı ziyaret eden yabancı turistlere bu soru yöneltilmiştir. Alınan cevaplar yöre halkının aksine kültürel miras bilinçlerinin hayli yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Keza kesinlikle katılıyorum cevabı yalnız başına bile bir anlam ifade etmektedir ki katılıyorum cevabı ile birlikte %96’ya ulaşmaktadır. Bu soruya kesinlikle katılmıyorum cevabı verilmemiştir.



Şekil 4.27. Kültürel miras bilinci korunmalı ve artırılmalıdır

Bilindiği üzere, Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü olan UNESCO, 17 Ekim 2003 tarihli 32. Genel Konferansı’nda somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesini kabul etmiştir. Sözleşme’nin ikinci maddesi somut olmayan kültürel miras’ı şu şekilde tanımlamaktadır:

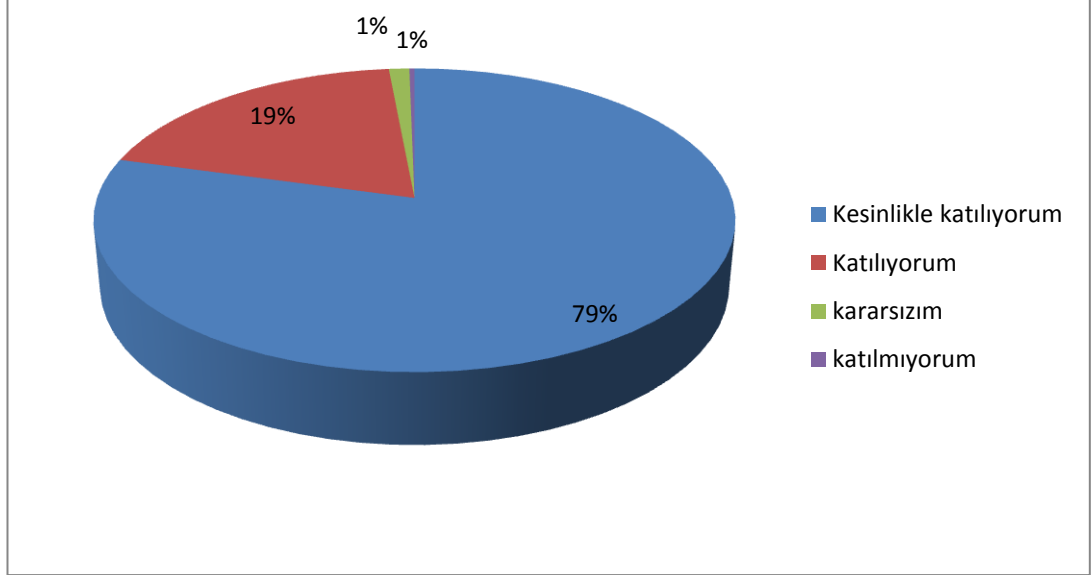
“Somut Olmayan Kültürel Miras”, toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. İşbu Sözleşme bağlamında, sadece, uluslararası insan hakları belgeleri esaslarına uyan ve toplulukların, grupların ve bireylerin karşılıklı saygı gereklerine ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olan somut olmayan kültürel miraslar göz önüne tutulacaktır. Sözleşmenin aynı maddesinin 2. fıkrası somut olmayan kültürel mirasın belirlediği alanları şu şekilde tanımlamaktadır:

- Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar;
- Gösteri sanatları;
- Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler;
- Doğa ve evrenle ilgili uygulamalar;
- El sanatları geleneği.

Sözleşme, bu alanlarda beliren mirasın araştırılmasını, derlenmesini, arşiv ve dokümantasyon merkezlerinin oluşturulmasını, müzelerinin kurulmasını, öğretim kurumlarında ders olarak okutulmasını, kitle iletişim araçlarında olumlu kültür değerleri olarak yer verilmesini ve kuşaklar arasında ortaya çıkan kopuklukları giderecek tarzda etkin biçimde değerlendirilmesini, temel amaçlar ve eylem planları arasında görmektedir.

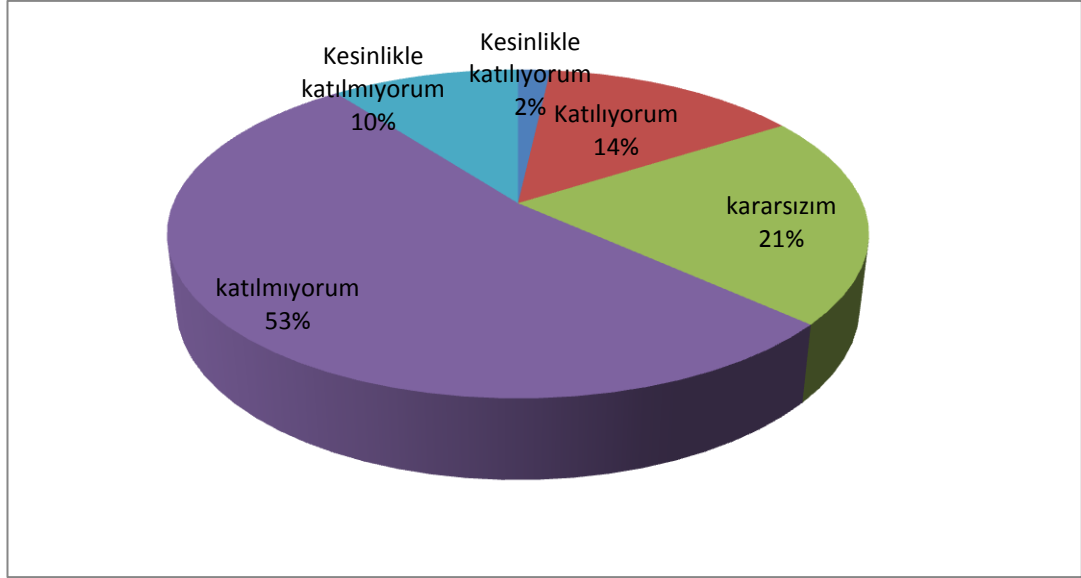
Yukarıdaki tanım kapsamında yapılan çalışmada yabancı ziyaretçilere kültürel miras korunmalı ve gelecek kuşaklara aktarılmalıdır sorusu yöneltilmiştir. Yapılan değerlendirmeye göre ziyaretçilerimizin %100 yakını bu soruya olumlu cevap vermişlerdir. Dolayısıyla ziyaretçilerimizin çoğunun üniversite ve daha üstü eğitim almalarını da hesaba katarak kültürel mirasın önemini kavramış ve bunun gelecek kuşaklara aktarılmasının gerekliliği üzerinde pozitif yaklaşım içerisinde oldukları

gözlemlenmiştir. Bu soruya ancak %1 oranında kararsızlık gösterilmiştir. Anket sonucunda çıkan bu değerler anketlerin doğruluğunu göstermekte çok önemli kanıt olarak kabul edilebilir.



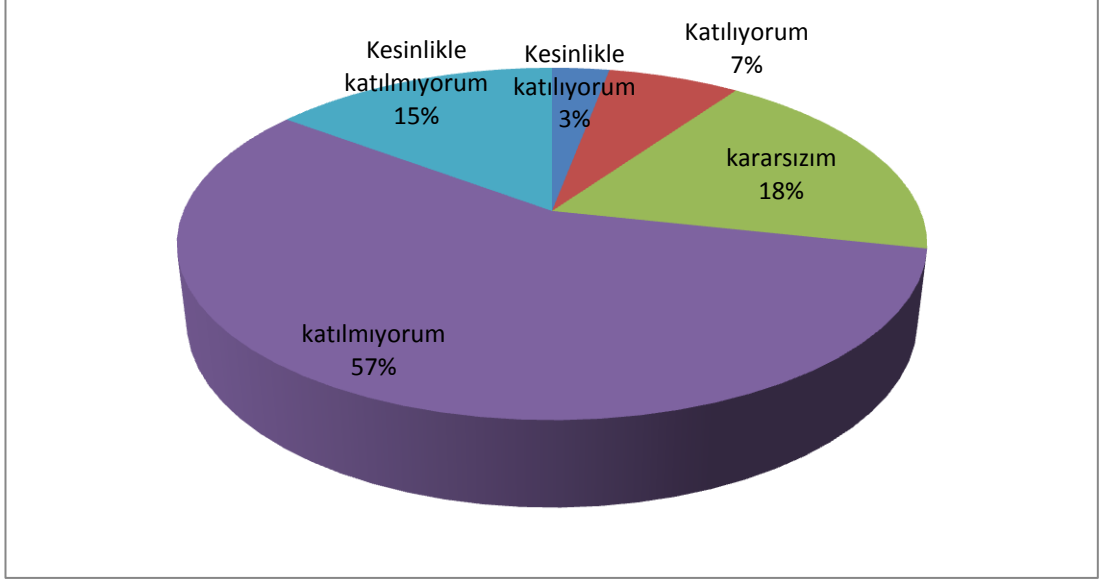
Şekil 4.28. Kültürel miras korunmalı ve gelecek kuşaklara aktarılmalıdır

Yapılan likert tipi anket değerlendirmelerine göre, Şanlıurfa'nın tarihi değerlerinin uluslar arası alanda bilindiğine dair görüşe katılım bir hayli düşük düzeyde seyretmektedir. Buna göre katılmayanların oranı yarıdan fazla olup, oran %53'tür. Kesinlikle katılmıyorum diyenler deneklerin %10'unu oluşturmaktadır. İki senaryo birlikte %63'e tekabül etmektedir ki buna kararsızları da eklediğimizde oran bir hayli yükselmekte ve %84'e yükselmektedir. Kararsızların oranı tek başına %21'dir. Buna karşın katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranları, sırasıyla %14 ve ancak %2'dir. Anket sonuçları gösteriyor ki Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslar arası alanda pek bilinmemektedir (Şekil 4.29.).



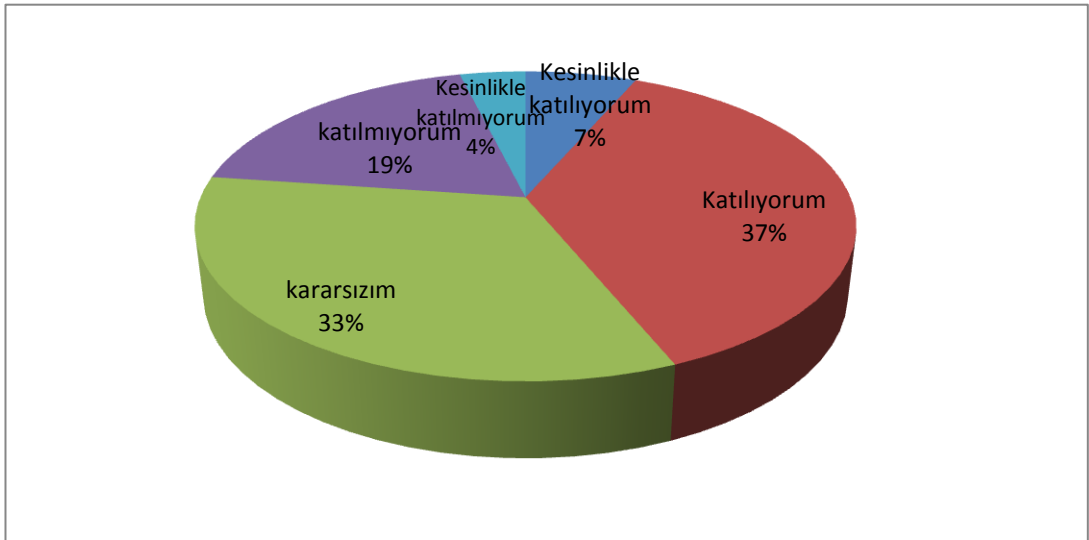
Şekil 4.29. Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslararası alanda çok bilinir

Saha çalışmalarından elde edilen gözlemlere dayanarak Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslararası alanda çok iyi tanıtılıyor sorusuna birçok ziyaretçi olumsuz cevap vermiştir. Deneklerin büyük çoğunluğu yani %72'si katılmadığını beyan etmişlerdir. Katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı sırasıyla %57 ve %15'tir. Bunun yanında %18 gibi azımsanmayacak bir oran kararsızlığını beyan etmiştir. Sadece %10'luk bir kesim katılıyorum cevabını vermiştir ki gerek Şanlıurfa'ya gelen turist sayısı bakımından gerekse önsezisel olarak ve kamunun genel kanaati ile uyusmaktadır. Yani Şanlıurfa çok miktarda tarihi değerlere sahip olmasına rağmen uluslararası alanda esamesi okunmayan bir bölge görünümünden kurtulamamıştır (Şekil 4.30.).



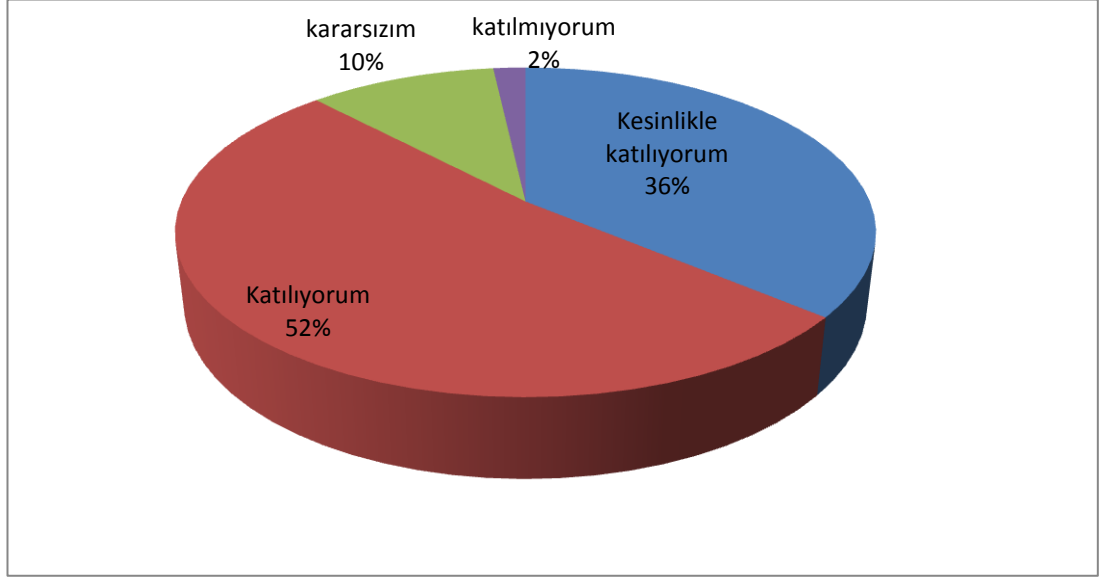
Şekil 4.30. Şanlıurfa'nın tarihi değerleri uluslar arası alanda çok iyi tanıtılıyor

Bu çalışmada çalışma sahası içerisinde yer alan ziyaretçilere kültürel mirasa erişim için Şanlıurfa'nın yeterli altyapısının var olduğu sorulmuş, alınan cevaplar aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır. Katılıyorum diyenlerin oranı %37'ye ulaşmış ve kesinlikle katılıyorum diyenler %7'yi görmüştür. Buna karşın kararsızların oranı dikkat çekici biçimde %33 olarak gerçekleşmiştir. Yani katılımcıların %33'ü bu soruya kararsızım şeklinde yanıtlamışlardır. Keza katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı sırasıyla %19 ve %4'dür (Şekil 4.31.).



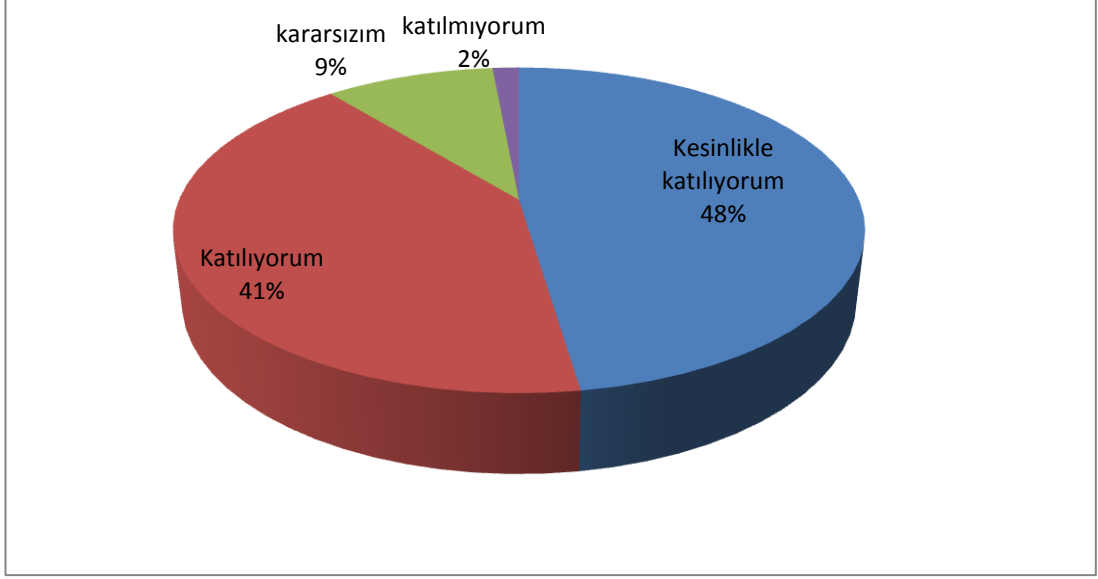
Şekil 4.31. Kültürel mirasa erişim için şanlıurfa'nın yeterli altyapısı vardır

Anket çalışmasına katılan ziyaretçilerin büyük çoğunluğu kentin uygulama planları yapılırken önceliğin tarihi eserlere verilmesinde hemfikirdir. Katılımcıların %36'si bu soruya kesinlikle katılıyorum cevabı vermişlerdir. Keza katılıyorum diyenlerin oranı %52'dir. Her iki olumlu cevabın toplamı %88'dir. Kararsızların oranı ancak %10'dur. Katılmıyorum diyenler ise yalnızca %2'ye tekabül etmektedir (Şekil 4.32.).



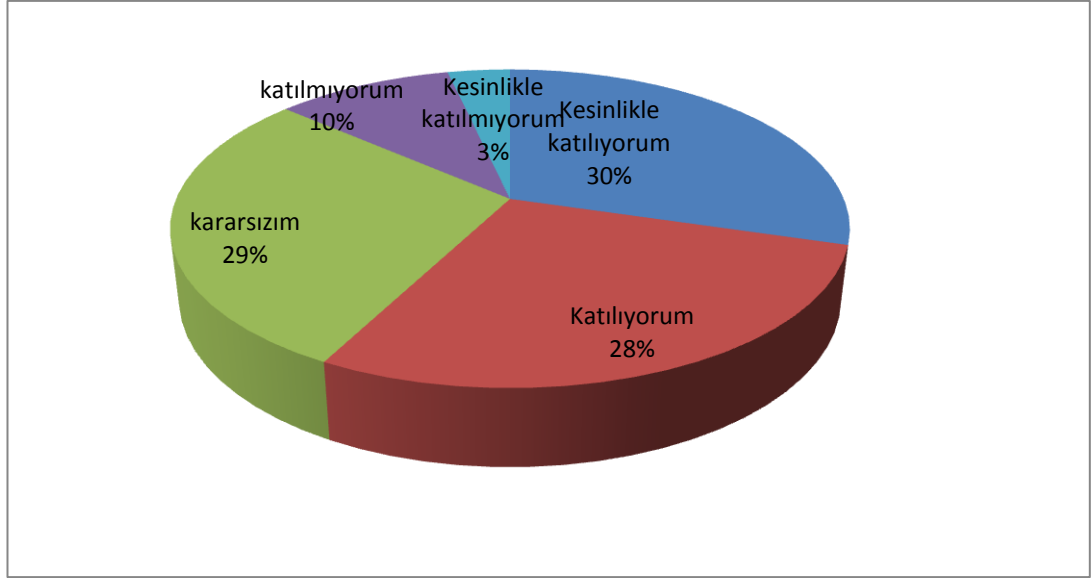
Şekil 4.32. Kentin uygulama planı hazırlanmasında öncelik tarihi eserlere verilmelidir

Saha çalışmasından elde edilen bulgulara dayanarak tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmek eğlencelidir sorusu ziyaretçilere yöneltilmiştir. Buna göre aşağıdaki cevaplar alınmıştır. Şöyle ki katılımcıların %48'i kesinlikle katılıyorum demişlerdir. Aynı şekilde katılıyorum diyenlerin oranı %41'dir. Her iki oranı dabirlikle değerlendirdiğimizde %90'a varan yabancı turist tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmeyi eğlenceli olarak kabul etmişlerdir. Kararsızların oranı sadece %9 olup, katılmayanlar ancak %2 civarındadır (Şekil 4.33.).



Şekil 4.33. Tarihi ve turistik yerleri ziyaret etmek eğlencelidir

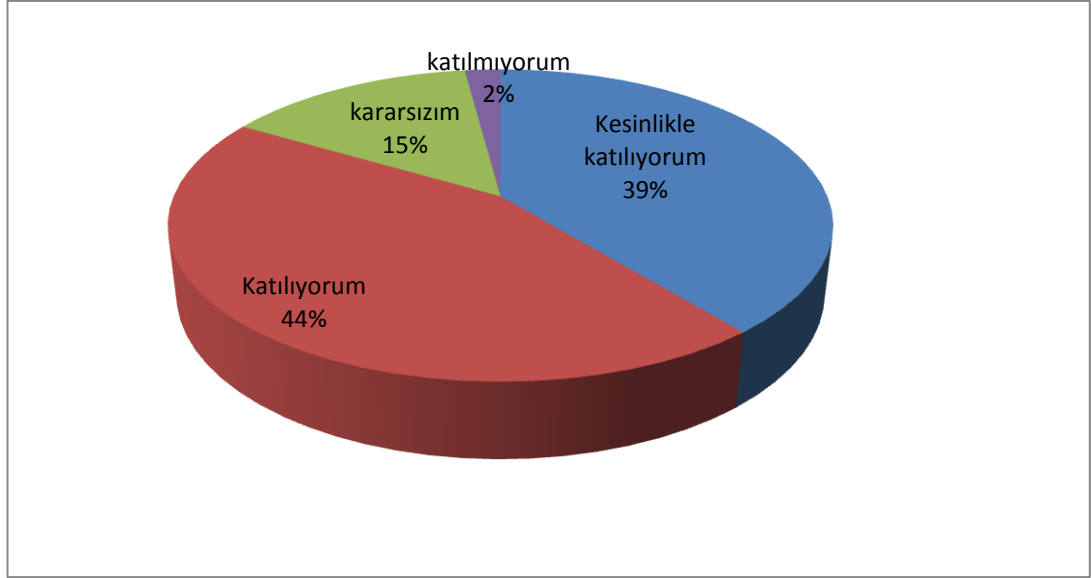
Saha çalışmasından elde edilen gözlemlere dayanarak katılımcılara uluslararası bir kuruluşun bütün tarihi alanları korumaktan sorumlu olmalıdır sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplara göre, %30 oranında kesinlikle katılıyorum cevabı verilmiştir. Bunun yanı sıra katılıyorum diyenlerin oranı %28'dir. Kararsızların oranı da bir hayli yüksek olup %29 civarındadır. Katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenler sırasıyla %10 ve %3'dür. Şu halde UNESCO gibi bir organın kültür varlıklarını dünya milletleri adına koruduğu gerçeği altında bu cevaplar alınmıştır (Şekil 4.34.).



Şekil 4.34. Uluslararası bir kuruluş bütün tarihi alanları korumaktan sorumlu olmalıdır

Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistlere tarihi alanların turizm vasıtasıyla ülke ekonomisine katkısı büyüktür sorusu yönetilmiştir. Alınan cevaplardan çıkan sonuç %39 oranında kesinlikle katılıyorum, %44 oranında katılıyorum cevaplarıdır. Her ikisini birlikte değerlendirdiğimizde %93 oranında olumlu cevap alınmıştır. Lakin katılımcıların %15'i kararsızım cevabı vermişlerdir. Ancak sadece %2'si katılmıyorum cevabı vermiştir. Kesinlikle katılmıyorum cevabı ise hiç yoktur. Bu da bize katılımcıların konuya olumlu baktıklarının bir göstergesi niteliğindedir (Şekil 4.35.).

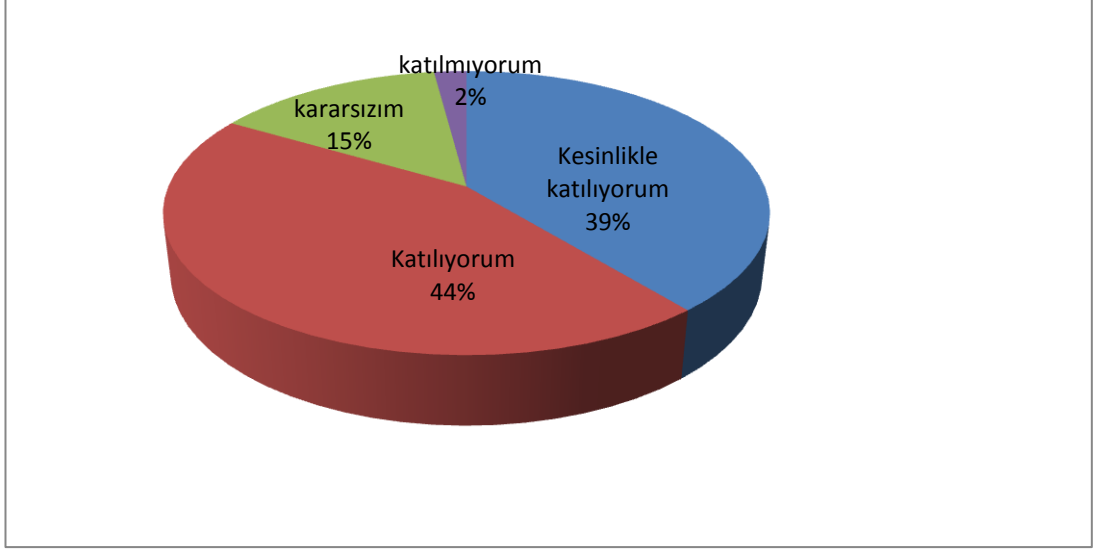
Gerçekten de Türkiye gibi cari açığı yüksek ülkelerde bu açığı kapatmanın bir yolu da turizm gelirleridir. Nitekim Türkiye'de 2011 yılında 23 milyar USD turizm geliri elde edilmiştir. Ayrıca turizmin büyümeye, kalınmaya, istihdam yaratmaya etkisi göz ardı edilemeyecek kadar çöktür.



Şekil 4.35. Tarihi alanların turizm vasıtasıyla ülke ekonomisine katkısı büyüktür

Tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle (ticari nedenler dışında) ve sürekli yerleşmemek kaydıyla seyahat eden insanların, seyahatleri süresince ihtiyaç duydukları hizmet ve malları satın almalarıyla ilgili olayların ve ilişkilerin tümüne turizmdendir. Turistin geldiği yer açısından turizm ikiye ayrılmaktadır: Bir ülkede yaşayan insanların, turizm amacıyla başka bir ülkeye seyahat etmesine dış turizm; bir ülkede yaşayan insanların, kendi ülkeleri içerisinde katıldıkları turizm faaliyetlerine, iç turizm denir.

Hem iç turizm hem de dış turizm vasıtasıyla insanlar değişik kültürlerle karşılaşma olanağı bulurlar. Buda kültür alışverişine sebep olur ve milletleri birbirlerini tanımaya, anlamaya ve kaynaşmasına ve olumlu anlamda iletişim kurmasına vesile olur. Nitekim saha çalışmasından elde edilen verilere göre katılımcıların %39'u kesinlikle katılıyorum demişlerdir. Ayrıca katılıyorum diyenlerin oranı %44 civarındadır. Her ikisini birlikte değerlendirdiğimizde %83 oranında bu soruya olumlu cevap vermişlerdir. Lakin %15 kararsız olup, %2'si ise hiç katılmıyorum cevabını vermişlerdir (Şekil 4.36.).



Şekil 4.36. Tarihi alanların turizm vasıtasıyla farklı etnik grupları kaynaştırması kaçınılmaz bir fırsat

4.3. Betimleyici İstatistikler

Çalışmada 400 adet anket yapılmıştır. Anketler ilimizi ziyaret eden yabancı turistlerle basit tesadüfî örnekleme yöntemiyle yapılmıştır. Bu anketlerin 338 âdeti anlamlı görülerek modelde kullanılmıştır. Geriye kalan anketlerde ya bilgi eksikliği ya da çok abartılı bilgiler içerdiğinden dolayı bu anketler göz ardı edilmiştir.

Şanlıurfa il kültür turizm müdürlüğü verilerine göre ilimizde 2009 ve 2010 yılları içerisinde sırasıyla 41.710 ve 31.700 yabancı turist konaklamıştır. Buna karşın 345.317 yerli turist 2009 yılı içerisinde konaklamış olup, bu sayı 2010 yılında 397.283'e yükselmiştir.

Çizelge 4.2.'de modelde kullanılan değişkenleri ve açıklayıcı istatistikî özetler verilmiştir. Ayrıca değişkenlerin tanımları, birimleri, ortalamaları ve standart hataları yer almaktadır. Modelde kullanılan gözlem sayısı 338'dir. Modelde birçok kukla değişken kullanılmıştır.

Çizelge 4.2. Modelde kullanılan değişkenlere ait betimleyici istatistikler

Değişkenler	Tanımlar	Birimler	Ortalama	Standart Hata
Cinsiyet	Ziyaretçinin Cinsiyeti	Erkek ise 1, Bayan ise 0	0.53	0.49
Mdurum	Ziyaretçinin Medeni Durumu	Evli ise 1, Değil ise 0	0.49	0.50
Eğitim	Ziyaretçinin Eğitim Durumu	Üniversite ise 1, Değilse 0	4.11	0.82
Yaş	Ziyaretçinin Yaşı	Yıl	41.92	16.13
Avrupalı	Ziyaretçinin Nereden Geldiği	Avrupalı ise 1, Değilse 0	0.60	0.48
Avustralyalı	Ziyaretçinin Nereden Geldiği	Avustralyalı ise 1, Değilse 0	0.13	0.33
Amerikalı	Ziyaretçinin Nereden Geldiği	Amerikalı ise 1, Değilse 0	0.15	0.36
Çsayısı	Ziyaretçilerin Çocuk sayısı	Sayı	0.82	1.12
Tekgrp	Ziyaretçinin Geliş Şekli	Tek başına ise 1 Değil ise 0	0.21	0.41
ZMaliyet	Ziyaretçinin Ödediği Maliyet	Doğal Logaritma	6.41	1.08
Zsıklığı	Ziyaret sıklığı	Sık ziyaretçi ise 1, Değilse 0	0.20	0.40
Algılama	Likert sistemi ile oluşturulan tarihi alanlara verilen önem derecesi	İndeks	66.26	5.34
EGelir	Emekli Ziyaretçilerin Geliri	Dolar	453.31	1469.44
Tekfiyat	Teklif Edilen Fiyat	Dolar	27.16	13.68

Ziyaretçilere ortalama teklif edilen fiyat 27\$'dır. Teklif fiyatlarımız en az 5\$ ile en fazla 60\$ arasındadır (Çizelge 4.2.). Yani ziyaretçilere 5\$ dan başlayarak buçuklu fiyat teklif edilmiştir. Bu teklif fiyatları her anket için rastgele(tombala usulü) ile belirlenmiştir. Seçilen teklif fiyatı tekrar torbaya konularak torbadaki teklif fiyatlarının çekilme şanslarının eşitliği sağlanmıştır. Teoriye uygun ekonometrik modellerden Probit ve 2SLS verilere uygulanılmıştır.

Ziyaretçilerin %53'ü erkek geri kalanı ise (%47) bayandır. Yabancı ziyaretçilerin %49'u evli olup, %41'i üniversite ve daha yukarı eğitimlidir. Ziyaretçilerin ortalama yaşı 42'dir. %60 oranında ziyaretçi Avrupa'nın çeşitli ülkelerinden gelmesine rağmen, Avustralya ve Amerika'dan gelenlerin oranı ise sırasıyla %13 ve %15 civarındadır. Bu durum beklentilerimizle uyuşmaktadır: uzaklık artıkça ekonomik yük artacağından uzak bölgelerden ülkemize ziyaretçi

sayısı, yakın olan ülkelerden daha da düşük olması beklenilmektedir. Ziyaretçilerin ortalama çocuk sayısı 0.82'dir. Ziyaretçilerin yaklaşık %21'i tek başına bölgemize gelmesine karşın, geriye kalanları ise topluca (aile, arkadaş veya firma aracılığı) seyahat etmeyi tercih etmişlerdir. Bölgemizi sıklıkla ziyaret edenlerin oranı %20 olup, emekli ziyaretçilerin ortalama geliri 453\$'dır.

Ayrıca Likert sistemi ile oluşturulan en fazla alabileceği değer 70 olan tarihi alanlara verilen önem derecesinin ortalaması 66.24 olarak bulunmuştur. Eğitim ortalaması 4.11 olarak tespit edilmiştir. Bu da kodlama sistemimizde ziyaretçilerin çoğunluğunun üniversite mezunu olmasına denk gelmektedir.

4.4. Değişkenlere İlişkin İkili Korelasyon Düzeyleri

Tüm değişkenlerin ve modelde yer alan değişkenlerin birbirleri ile olan doğrusal ilişkileri (korelasyon) incelenmiştir.

Çizelge 4.3. Modelde kullanılan değişkenler arasındaki ikili korelasyon düzeyleri

Değişkenler	Cinsiyet	Mdurum	Eğitim	Yaş	Avrupalı	Avustralyalı	Amerikalı
Cinsiyet	1.0	-0.005	-0.009	-0.040	0.089	0.010	-0.109
Mdurum	-0.005	1.0	-0.013	0.403	0.007	0.142	0.126
Eğitim	-0.009	-0.013	1.0	-0.113	-0.015	-0.184	0.163
Yaş	-0.040	0.403	-0.113	1.0	0.042	0.178	0.057
Avrupalı	0.089	0.007	-0.015	0.042	1.0	-0.477	0.538
Avustralyalı	0.010	0.142	-0.184	0.178	-0.477	1.0	0.168
Amerikalı	-0.109	-0.126	0.163	-0.057	-0.538	-0.168	1.0
Çsayısı	-0.063	0.481	-0.032	0.551	-0.005	0.058	-0.048
Tekgrp	0.065	-0.211	0.141	-0.090	-0.068	-0.077	0.081
ZMaliyet	-0.014	0.211	-0.080	0.352	-0.099	0.223	0.022
Zsıklığı	-0.003	0.076	0.080	0.005	0.104	-0.062	-0.057
Algılama	-0.004	-0.072	0.071	-0.051	-0.002	-0.007	0.004
EGelir	-0.006	0.204	-0.129	0.425	-0.189	0.338	-0.004
Tekfiyat	0.032	-0.042	-0.058	-0.017	0.012	-0.116	0.041

Çizelge 4.3. Modelde kullanılan değişkenler arasındaki ikili korelasyon düzeyleri(devam)

Değişkenler	Çsayısı	Tekgrp	ZMaliyet	Zsıklığı	Algılama	Gelir	Tekfiyat
Cinsiyet	-0.063	0.065	-0.014	-0.003	-0.004	-0.006	0.032
Mdurum	0.481	-0.211	0.211	0.076	-0.072	0.204	-0.042
Eğitim	-0.032	0.141	-0.080	0.080	0.071	-0.129	-0.058
Yaş	0.551	-0.090	0.352	0.005	-0.051	0.425	-0.017
Avrupalı	-0.005	-0.068	-0.099	0.104	-0.002	-0.189	0.012
Avustralyalı	0.058	-0.077	0.223	-0.062	-0.007	0.338	-0.116
Amerikalı	-0.048	0.081	0.022	-0.057	0.004	-0.004	0.041
Çsayısı	1.0	-0.052	0.264	0.069	0.024	0.356	-0.020
Tekgrp	-0.052	1.0	-0.051	0.091	0.128	-0.121	0.046
ZMaliyet	0.264	-0.051	1.0	-0.030	-0.049	0.510	0.028
Zsıklığı	0.069	0.091	-0.030	1.0	0.050	-0.059	-0.080
Algılama	0.024	0.128	-0.049	0.050	1.0	0.021	-0.064
EGelir	0.356	-0.121	0.510	-0.059	0.021	1.0	-0.036
Tekfiyat	-0.020	0.046	0.028	-0.080	-0.064	-0.036	1.0

Gelir ve ziyaret maliyeti ile çocuk sayısı arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Beklenenin aksine gelirle teklif edilen fiyat arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Buna karşın teklif fiyatı ile ziyaret maliyeti doğru orantılıdır. Bu da bize ziyaret maliyetinin aslında kişinin ödeme gücünü gösterdiğinden, gelire bir ölçüt olarak düşünülmelidir. Böylece katlanılan ziyaret maliyeti arttıkça, teklif edilen fiyat da artmaktadır (Çizelge 4.3.).

Eğitimle ziyaret sıklığı arasında pozitif bir korelasyon vardır. Dolayısıyla sık ziyaretçilerin daha eğitilmiş oldukları anlaşılmaktadır. Yine çocuk sayısı arttığında bu ziyaret maliyetini de beklenildiği gibi arttırmaktadır (Çizelge 4.3.).

4.5. Probit Modelinin Katsayıları

Maksimum olabilirlikle çözümlenen Probit modelinin katsayıları Şanlıurfa Kalesi, Harran ve Göbekli Tepe için ayrı ayrı elde edilmiştir (Çizelge 4.4.).

Çizelge 4.4. Şanlıurfa Kalesi, Harran ve Göbekli Tepe için oluşturulan probit modellerinin tahmini parametre değerleri

Değişkenler	Şanlıurfa Kalesi		Harran		Göbekli Tepe	
	Katsayılar	t-değeri	Katsayılar	t-değeri	Katsayılar	t-değeri
Sabit Terim	-0.765	-0.64	-0.701	-0.57	-1.965	-1.58
Cinsiyet	-0.116	-0.76	0.013	0.09	-0.272*	-1.73
Mdurum	0.204	1.11	0.078	0.42	-0.052	-0.27
Eğitim	-0.066	-0.68	-0.027	-0.28	0.122	1.21
Yaş	-0.009	-1.42	-0.025***	-3.71	-0.004	-0.67
Avrupalı	-0.166	-0.65	-0.099	-0.39	-0.089	-0.34
Avustralyalı	-0.369	-1.12	-0.187	-0.56	-0.128	-0.38
Amerikalı	0.409	1.37	0.373	1.25	0.546*	1.75
Çsayısı	0.003	0.04	0.151*	1.65	0.082	0.91
Tekgrp	0.099	0.51	0.201	1.02	0.160	0.79
ZMaliyet	0.166**	1.98	0.234***	2.75	0.211**	2.45
Zsıklığı	0.930***	4.79	0.710***	3.59	0.731***	3.67
Algılama	0.013	0.93	0.020	1.38	0.023	1.57
EGelir	0.987	1.33	0.899	1.27	0.589	0.82
Tekfiyat	-0.035***	-6.18	-0.051***	-8.33	-0.055***	-8.28
Log Olabilirlik Değeri	-188.673		-178.597		-173.136	
Ki-Kare (χ^2)	83.189		111.373		119.628	

Not: ***, ** ve *, sırasıyla, katsayıların %10, %5 ve %1 istatistikî önem derecesini göstermektedirler.

Modelde yalnızca istatistikî açıdan önemli olan değişkenler üzerinde durulacaktır. Üç ziyaret yeri için giriş ücreti olarak teklif edilen fiyat arttıkça bu artış, ziyaretçilerin ödeme istekliliğine negatif yönde etki yapmakta ve ödeme istekliliğini beklenildiği gibi azaltmaktadır. Parametre katsayıları üç durum içinde istatistikî açıdan önemlidir ($P \leq 0.01$). Sonuçlar önsel sezgilerle uyumaktadır. Talep modelinde olduğu gibi fiyatın artmasına karşın, ödeme istekliliği (satın alma arzusu) düşmektedir. Cinsiyet değişkeni genelde negatif bir eğilim sergilemekle birlikte Göbekli Tepe için ödeme istekliliği üzerinde istatistikî açıdan önemli bulunmuştur. Dolayısıyla, erkeklerin bayanlara oranla daha az ödeme arzusu bulunmaktadır. Bu

da, bayanların erkeklere oranla tarihi eserlere, doğaya vb tarihi miraslara daha fazla önemsedikleri ortaya çıkmaktadır.

Ziyaretçilerin yaşı artıkça genelde ödeme istekliliği olasılığı düşmekte ve bu negatif etki Harran Harabeleri için istatistiki açıdan önemli bulunmuştur (t-değeri -3.71). Yaş'ın negatif etkisi beklenen bir durum olup, insanlar yaşlandıkça bedensel zorlukların ve ileriye dönük beklentilerin beraberinde getirdiği olumsuzluklar, tarihi eserlere atfedilen değeri düşürmektedir. Ziyaretçilerin geldiği coğrafyalara bakıldığında, ödeme istekliliği olasılığı açısından kıtalar arasında büyük değişkenlik olduğu gözlemlenmiş ve değişkenlik baz alınan kıtaya oranla Amerika kıtasından gelenlerin Göbekli Tepe'ye daha fazla ödeme isteğinde buldukları gözlemlenmiştir (t-değeri 1.75). Ziyaretçilerin sahip oldukları çocuk sayısı artıkça daha fazla ödeme arzusunda buldukları gözlemlenmiş ve bu durum Harran Harabeleri için istatistiki açıdan önemli bulunmuştur (t-değeri 1.65). Ziyaret maliyeti ile üç tarihi yerler için ödeme istekliliği arasında yine pozitif bir ilişki olması, ziyaret maliyeti ziyaretçilerin gelirlerini yansıtmaları bakımından bu tür ilişki beklenen durumu yansıtmaktadır. Diğer bir ifade ile kişilerin harcanabilir gelirleri artıkça tarihi değerlere atfedilen değerler artmakta ve bu durum ödeme istekliliği olasılığını artırmaktadır. Buna paralel olarak ve destekler mahiyetinde emekli ziyaretçilerin gelirleri artıkça ödeme istekliliği olasılığı artmakta, fakat bu artış üç yer içinde istatistiki açıdan önemli bulunmamıştır. Yine ziyaret sıklığı artıkça üç yere için de ödeme istekliliği artmakta ve elde edilen katsayılar istatistikî açıdan önem arz etmektedir ($P \leq 0.01$). Şanlıurfa ilimize sürekli seyahat edenlerin bu tarihi eserlerin genel dokusunun korunmasında kendi gelirlerinde önemli fedakarlık yapacaklarını göstermektedir.

Modelin genel durumuna bakıldığında, dışsal değişkenlerin tümü eş anlı olarak üç yerin ödeme istekliliği olasılığındaki değişkenliği istatistiksel açıdan kayda değer bir katkı yaptıkları gözlemlenmiştir (ki-kare istatistiği). Dolayısıyla, probit modelinde kullanılan değişkenlerin ödeme istekliliği olasılığını açıklayabilme gücünü gösterdikleri gözlemlenmiştir.

4.6. Probit Modelinin Marjinal Etkileri

Probit modeline ilişkin dışsal değişkenlerin ödeme istekliliği üzerindeki birimsel etkiler ve bunların standart hataları (delta metodu) aşağıdaki gibi elde edilmiştir. Sürekli değişkenler için marjinal etkiler:

$$\frac{\partial P_{y_i=1}}{\partial x_i} = \frac{\partial \Phi(x\beta)}{\partial x_i} = \phi(x\beta) \quad (4.1)$$

Kesikli değişkenlerin marjinal etkileri:

$$\frac{\partial P_{y_i=1}}{\partial x_i} = \Phi(x\beta) \Big|_{x_i=1} - \Phi(x\beta) \Big|_{x_i=0} \quad (4.2)$$

Burada; Φ ve ϕ sırasıyla, olasılık dağılım ve olasılık yoğunluk fonksiyonlarını göstermektedir. Marjinal etkilerin standart hataları delta metodu kullanılarak hesaplanmıştır (Greene, 2008):

$$\left[\frac{\partial m_i}{\partial \beta_i} \right]' E \left[\frac{\partial m_i}{\partial \beta_i} \right] \quad (4.3)$$

Burada; m_i tartışmaya konu olan değişkenin ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki marjinal etki ve E ise orjinal probit modelindeki parametrelerinin varyans-kovaryans matrisini göstermektedir.

İstatistiki açıdan önemli olan değişkenlerin ziyaret edilen üç yer için ödeme istekliliği olasılığında meydana getirmiş olduğu birimsel etkiler Çizelge 4.5.'de verilmiştir.

Sonuçlara göre, bayanların erkeklere kıyasla Göbekli Tepe için daha fazla ödeme istekliliğinde bulunmuşlardır. Bu olasılık yaklaşık %8 düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca yaşın Harran Harabeleri için ödeme istekliliği olasılığı üzerinde yaklaşık %0.007 gibi mutlak değer bakımından küçük fakat negatif bir etki meydana getirmektedir. Diğer bir ifade ile, ziyaretçiler ortalama olarak bir yıl

yaşlanınca ortalama ödeme istekliliği olasılığı yaklaşık olarak binde yedi düşecektir. Amerikalı turistlerin baz alınan Asyalı turistlere göre Göbekli Tepe için yaklaşık %16 daha fazla ödeme istekliliğinde bulunacaklardır. Bu sonuç Amerikalı turistlerin Asyalı turistlere oranla tarihi eserlere daha fazla önemsedikleri gözlemlenmekte, artacak gişe kapısı masrafından daha fazlasını bu tarihi eserlere atfettikleri önem ortaya çıkmaktadır. Çocuk sayısında meydana gelecek bir çocuğun fazlalığı Harran Harabelerinde ödeme istekliliği olasılığını yaklaşık olarak %5 artırmaktadır. Seyahat masraflarının ödeme istekliliği olasılıkları üzerindeki etkileri yaklaşık olarak %5-7 civarında gerçekleşmektedir. Seyahat masrafları gelire bir ölçüt olarak ele alınırsa gelir arttıkça gişe kapısı için ödeme arzusu da artmaktadır. Aynı şekilde, ilimizi sıklıkla ziyaret edenlerin bu imkanı olmayanlara göre ödeme istekliliği olasılıklarını %21 ile %31 arasında oldukça değişen oranlarda etkileyecekleri gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, bu bölgeye sıklıkla ziyareti gerçekleştirenler üzerinde olumlu etki bırakmak oldukça önemlidir. Bu kişiler bir sonraki ziyaretlerinde yeni gelecek olanlara hem rehberlik hizmetini sunmada hem de oldukça tanıtıcı bilgilere sahip olmaları bakımından bu tip insanların değerleri yadsınamaz. Teklif miktarlarındaki artış üç yer içinde ödeme istekliliği olasılığına negatif olarak yansımakta ve yaklaşık olarak ödeme arzusu olasılıklarını %1-2 düzeyinde düşürmektedir. Gişe kapılarında artacak olan masrafları turist sayısını düşürmekte bu da ekonomik beklentilerle uyuşmaktadır.

Tüm bu istatistiki analizlerin ötesinde yer alan cinsiyet, medeni durum, eğitim, yaş, çocuk sayısı, algılama indeksi gibi diğer değişkenler ise istatistiki açıdan önem taşımamaktadır (Çizelge 4.5.).

Aynı zamanda tarihi eserler arasında değişkenlerin farkındalık oluşturması, tarihi eserler arasındaki değer olgusundan kaynaklanmaktadır. Özellikle dışsal değişkenlerin Göbekli Tepe ve Harran Harabeleri için önerilen gişe kapılarındaki artış ücreti olasılıklarını daha fazla etkilemektedir.

Çizelge 4.5. Probit modellerindeki değişkenlerin Şanlıurfa Kalesi, Harran Harabeleri Ve Göbekli Tepe için ödeme istekliliği olasılıkları üzerindeki marjinal etkileri

Değişkenler	Şanlıurfa Kalesi		Harran Harabeleri		Göbekli Tepe	
	Katsayılar	t-değeri	Katsayılar	t-değeri	Katsayılar	t-değeri
Cinsiyet	-0.036	-0.76	0.004	0.09	-0.079*	-1.73
Mdurum	0.064	1.11	0.023	0.42	-0.015	-0.27
Eğitim	-0.020	-0.68	-0.008	-0.28	0.035	1.22
Yaş	-0.002	-1.44	-0.007***	-3.94	-0.001	-0.67
Avrupalı	-0.052	-0.64	-0.029	-0.39	-0.025	-0.34
Avustralyalı	-0.112	-1.18	-0.056	-0.55	-0.036	-0.38
Amerikalı	0.132	1.36	0.111	1.28	0.161*	1.76
Çsayısı	0.000	0.04	0.045*	1.67	0.023	0.91
Tekgrp	0.0317	0.51	0.060	1.02	0.046	0.78
ZMaliyet	0.052**	2.01	0.069***	2.84	0.060**	2.52
Zsıklığı	0.311***	5.11	0.210***	3.83	0.216***	3.81
Algılama	0.004	0.93	0.006	1.39	0.006	1.59
EGelir	0.313	1.34	0.268	1.28	0.169	0.83
Tekfiyat	-0.011***	-7.40	-0.015***	-12.88	-0.015***	-12.58

Not: ** ve ***, sırasıyla, katsayıların %10, %5 ve %1 istatistikî önem derecesini göstermektedirler

4.7. Probit Modelinde Bazı Değişkenlere Uygulanan Olası Senaryolar

4.7.1. Şanlıurfa Kalesi için uygulanan olası senaryolar

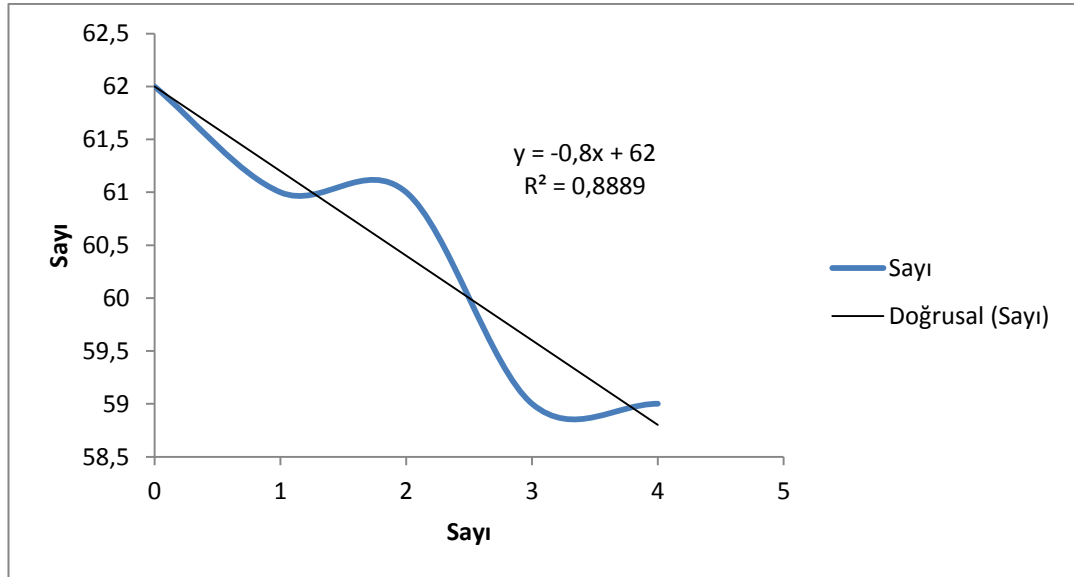
Şanlıurfa Kalesi için anket yapılan ziyaretçilere sırasıyla yaş, eğitim, çocuk sayısı, ziyaret maliyeti, algılama, emekli geliri ve teklif edilen fiyat için 7 farklı senaryo uygulanmıştır. Yaş, eğitim ve çocuk sayısı 1'er yıl arttırılırken, diğer değişkenler yüzdelik olarak arttırılmıştır.

Birinci senaryoda ziyaretçilerin yaşı yıl itibari ile arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçinin yaşı yıl olarak arttırılması halindeki senaryolarda ödeme istekliliği olasılığı azalmaktadır (Çizelge 4.6.).

Çizelge 4.6. Ziyaretçilerin yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim

Yaş (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	277 (%81.95)	1
1	62 (% 18.34)	61 (%18.05)	-1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	277 (%81.95)	1
1	62 (% 18.34)	61 (%18.05)	-1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	279 (%82.54)	3
1	62 (% 18.34)	59 (%17.46)	-3
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	279 (%82.54)	3
1	62 (% 18.34)	59 (%17.46)	-3
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığı azalmaktadır. Yani ödeme istekliliği olasılığı ile yaş değişkeni arasında negatif bir ilişki mevcuttur (Şekil 4.37.).



Şekil 4.37. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliğindeki olasılığdaki değişim

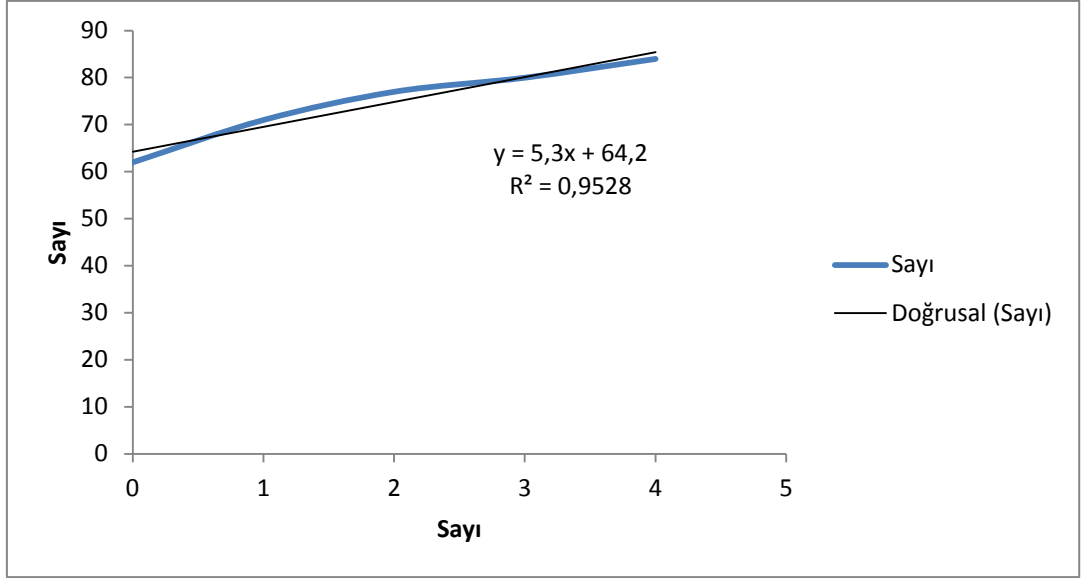
İkinci senaryoda ziyaretçilerin eğitim seviyesi ortalaması birer yıl arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçilerin

eğitim seviyesi ortalaması 1 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumlu olarak etkilenecek %2.67 oranında artmaktadır. Yabancı turistlerin eğitim seviyeleri arttıkça ödeme istekliliklerinin de artması önsezisel olarak beklenen bir sonuçtur. Ziyaretçilerin eğitim seviyesi 2 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği %4.44 oranında artmaktadır. Keza eğitim seviyesi 3 yıl olarak arttırıldığında %5.33 arttığı gözlenmektedir. Son olarak eğitim seviyesi 4 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği %6.51 oranında artmaktadır (Çizelge 4.7.).

Çizelge 4.7. Ziyaretçilerin eğitim senaryolarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim

Eğitim (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	267 (%78.99)	-9
1	62 (% 18.34)	71 (%21.01)	9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	261 (%77.22)	-15
1	62 (% 18.34)	77 (%22.78)	15
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	258 (%76.33)	-18
1	62 (% 18.34)	80 (%23.67)	18
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	254 (%75.15)	-22
1	62 (% 18.34)	84 (%24.85)	22
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Ziyaretçilerin eğitim seviyesi ile ödeme istekliliği arasında pozitif bir ilişki olduğu gözlemlenmiş olup, ziyaretçilerin eğitim seviyesi arttıkça ödeme istekliliği olasılığı da artan oranda artmaktadır (Şekil 4.38.).



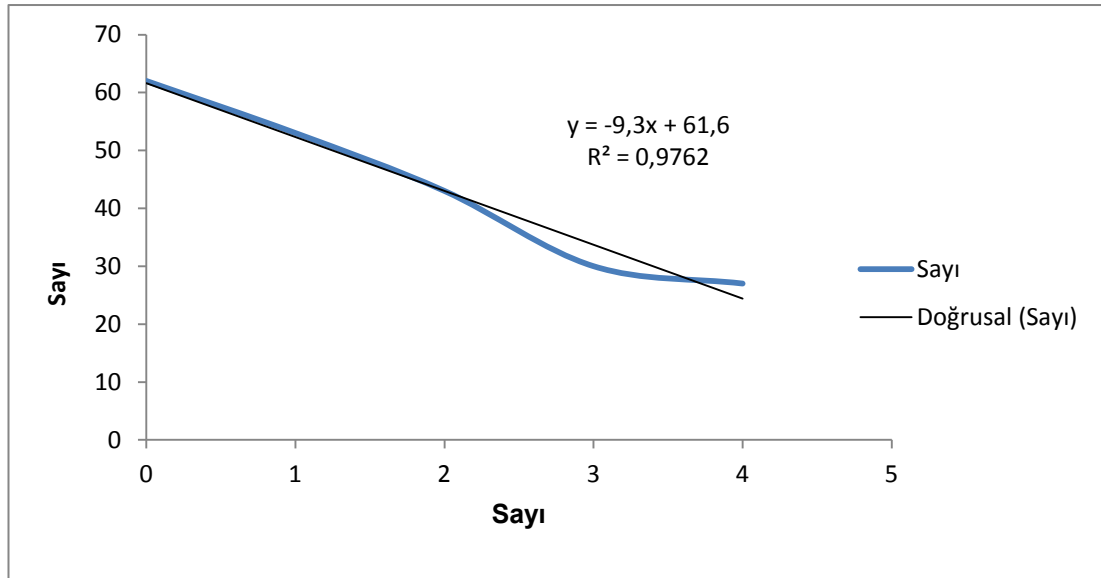
Şekil 4.38. Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Üçüncü senaryoda ziyaretçilerin sahip olduğu çocuk sayısı arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçilerin çocuk sayısı 1 adet arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumsuz etkilenerek %2.66 azalmıştır. Çocuk sayısını 2 adet arttırdığımızda, ödeme istekliliği olasılığı %5.62 oranında azalmaktadır. Çocuk sayısını 3 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı %9.46 azalmaktadır. Çocuk sayısını 4 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği daha da azalmaktadır ki bu oran %10.35'dir.

Çizelge 4.8. Ziyaretçilerin çocuk sayısı senaryolarına karşı ödeme istekliliğindeki değişim

Çocuk sayısı (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	285 (%84.32)	9
1	62 (% 18.34)	53 (%15.68)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	295 (%87.28)	19
1	62 (% 18.34)	43 (%12.72)	-19
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	308 (%91.12)	32
1	62 (% 18.34)	30 (%8.88)	-32
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	311 (%92.01)	35
1	62 (% 18.34)	27 (%7.99)	-35
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Sonuç olarak aynen hipotezimizde olduğu gibi, çocuk sayısı arttığında ödeme istekliliği azalmaktadır. Yani ziyaretçilerin sahip olduğu çocuk sayısı ile ödeme istekliliği olasılığı arasında negatif bir ilişki gözlenmiştir (Şekil 4.39.).



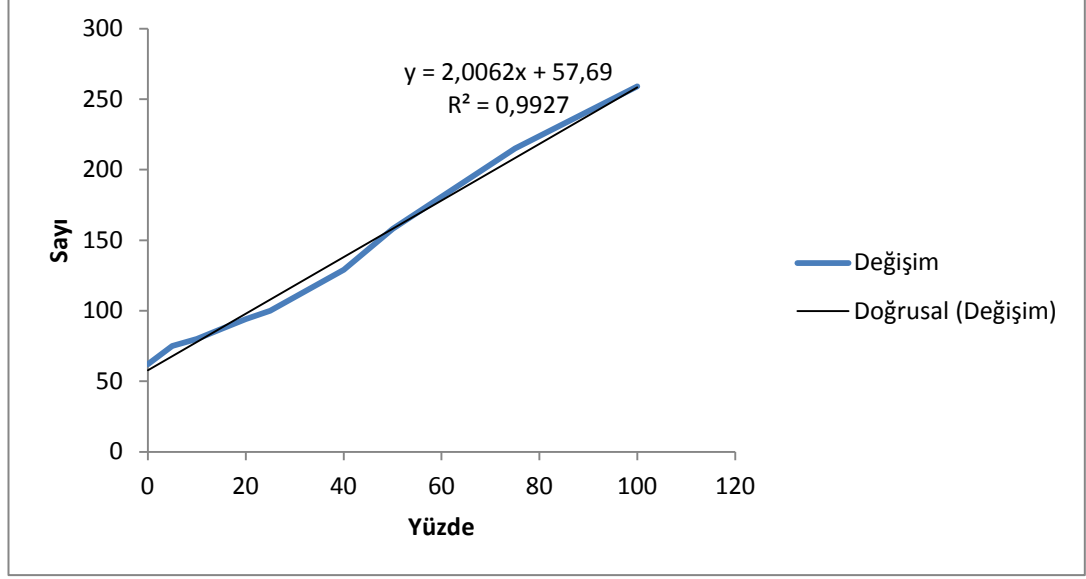
Şekil 4.39. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Dördüncü senaryoda ziyaret maliyetinin doğal logaritması yüzdelik artışlar öngörölmüş ve bu artışların Şanlıurfa Kalesi için ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre, ziyaret maliyetinin doğal logaritması %5 arttırıldığında ödeme istekliliği olasılığı bu durumdan olumlu etkilenecek %3.85 artmıştır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritması %10 arttırdığımızda teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısı 18 kişi artmaktadır. Bu da ödeme istekliliği olasılığının %5.33 oranında artması anlamına gelmektedir. Ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %15 arttırdığımızda ise, ödeme istekliliği olasılığı %7.4 oranında artmaktadır. Yine ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %20 arttırdığımızda karşımıza ödeme istekliliği olasılığının daha da arttığını gözlemleyebiliriz. Bu oran %9.47'dir. Senaryoyu %25 arttırdığımızda ise, ödeme istekliliği olasılığı %11.45 oranında artmaktadır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %40 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığındaki değişim daha da artmaktadır. Bu oran 19.83'tür. Ziyaret maliyeti arttıkça ödeme istekliliği olasılığı artan oranda artmaktadır. Keza ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %50 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığının %28.41 oranında arttığını gözlemleyebilmekteyiz. Eğer ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %75 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığının %45.27 artmaktadır. Son olarak ziyaret maliyetinin doğal logaritmasının %100 arttırdığımızda karşımıza teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısının 197 kişi arttığını bu da ödeme istekliliği olasılığının %58.29 artması anlamına geldiğini gözlemleyebiliriz (Çizelge 4.9.).

Buradan çıkan sonuç seyahat masrafları gelire bir vekil olarak tayin edilirse artan gelir ortalama olarak ödeme istekliliği olasılığının %50'nin üzerinde olumlu bir etki yapmaktadır. Dolayısıyla uluslararası ekonomide kişi başına düşen harcanabilir gelirin artması tarihi eserlerin giriş ücretlerinin artırılması olasılığını pozitif yönde etkileyecektir ve turistlerin bu tarihi eserlere atfettikleri ekonomik değerler giriş kapılarında alınan ücretlerin ötesinde bir değere sahip olacaktır. Esasen ziyaret maliyeti ziyaretçinin gelir durumu hakkında bize bir fikir verdiğinden ziyaret maliyeti arttıkça ödeme istekliliği olasılığı da artmaktadır ki genelde uzak yerlerden gelen ziyaretçilerin maliyeti daha fazla olup bölgedeki tarihi eserlerden olabildiğince faydalanmayı amaçlamaktadırlar. Ziyaret maliyeti ile ödeme istekliliği olasılığı arasında pozitif bir ilişki vardır (Şekil 4.40.).

Çizelge 4.9. Ziyaretçilerin ziyaret maliyeti senaryolarına karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	263 (%77.81)	-13
1	62 (% 18.34)	75 (%22.19)	13
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması(%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	258 (%84.62)	-18
1	62 (% 18.34)	80 (%23.67)	18
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	251 (%74.26)	-25
1	62 (% 18.34)	87 (%25.74)	25
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	244 (%72.19)	-32
1	62 (% 18.34)	94 (%27.81)	32
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	238 (%70.41)	-38
1	62 (% 18.34)	100 (%29.59)	38
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	209 (%61.83)	-67
1	62 (% 18.34)	129 (%38.17)	67
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	180 (%53.25)	-96
1	62 (% 18.34)	158 (%46.75)	96
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması(%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	123 (%36.39)	-153
1	62 (% 18.34)	215 (%63.61)	153
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	79 (%23.37)	-197
1	62 (% 18.34)	259 (%76.63)	197
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0



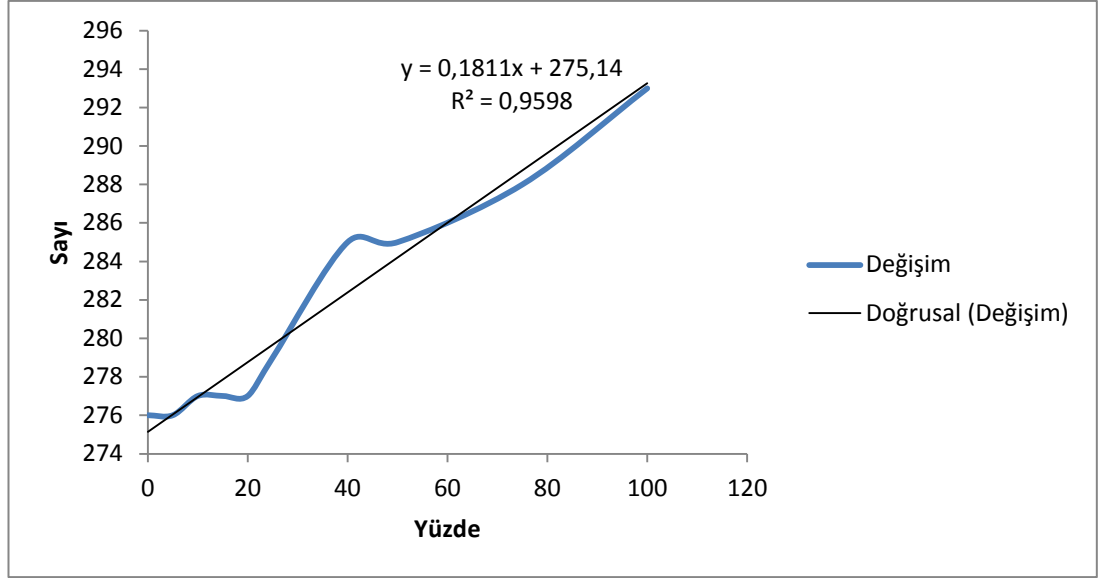
Şekil 4.40. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdelik değişimlere bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Beşinci senaryoda ziyaretçilerin tarihi alanlara bakışını ölçen ve birden çok sorudan oluşan İndeks senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim gözlenmiştir. Buna göre, indeks değerini %5 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı herhangi bir değişim gözlenmemiştir. Buna karşın indeks değerini %10, %15 ve %20 arttırdığımızda ödeme istekliliği sadece %0.29 arttığı tespit edilmiştir. Şayet indeks değerini %25 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %0.88 artmaktadır. Yine indeks değerini %40 ve %50 oranlarında yükselttiğimiz zaman ödeme istekliliği olasılığı aynı oranda artmaktadır. Bu oran %2.66'dır. İndeks değerini %75 arttırdığımız takdirde karşımıza daha büyük bir oranda ödeme istekliliği olasılığı çıkmaktadır. Bu durumda 12 ziyaretçi daha fazla ödeme isteğinde bulunacaktır. Bir başka deyişle ödeme istekliliği olasılığı %3.55 oranında artacaktır. Son olarak senaryomuzda indeks değerini %100 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı daha da yükselerek %5.03'e yükselecektir (Çizelge 4.10.).

Ziyaretçilerin tarihi eserlere karşı olan eğilim miktarındaki artış tam net olarak olasılıktaki değişime yansımaya da, gelecekte tarihi eserlerin ülkelerin nezdinde daha da artacağı düşünülürse, artan algının ödeme arzusunu artan oranlarda artıracığı yadsınamaz (Şekil 4.41.)

Çizelge 4.10. İndeks (ziyaretçilerin tarihi alanlara bakışını ölçen ve birden çok sorudan oluşan indeks) senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

İndeks (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	276 (% 81.66)	0
1	62 (% 18.34)	62 (% 18.34)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	277 (%81.95)	1
1	62 (% 18.34)	61 (%18.05)	-1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	277 (%81.95)	1
1	62 (% 18.34)	61 (%18.05)	-1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	277 (%81.95)	1
1	62 (% 18.34)	61 (%18.05)	-1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	279 (%82.54)	3
1	62 (% 18.34)	59 (%17.46)	-3
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	285 (%84.32)	9
1	62 (% 18.34)	53 (%15.68)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	285 (%84.32)	9
1	62 (% 18.34)	53 (%15.68)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	288 (%85.21)	12
1	62 (% 18.34)	50 (%14.79)	-12
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	293 (%86.69)	17
1	62 (% 18.34)	45 (%13.31)	-17
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0



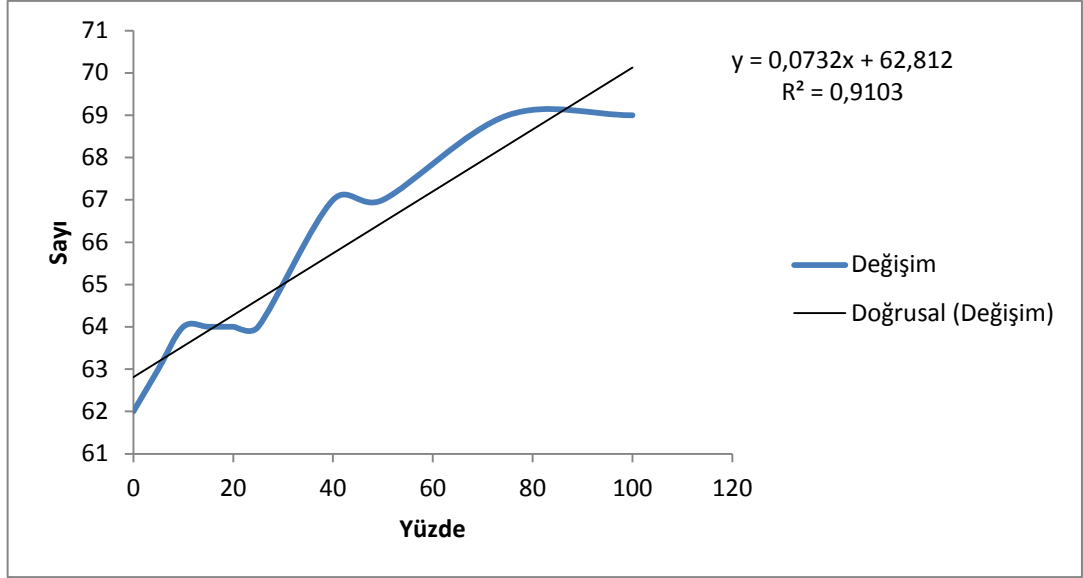
Şekil 4.41. İndeks değişkenine uygulanan yüzdelerle değişimlere bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Altıncı senaryoda emekli ziyaretçilerin gelir senaryolarına karşın ödeme istekliliği olasılığındaki değişim ele alınmış buna bağlı olarak yukarıdaki çizelge oluşturulmuştur. Buna göre emekli ziyaretçilerin gelirini %5 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı çok küçük bir miktarda arttığı gözlenmiştir. Bu oran 0.3'tür. Keza emekli gelirini %10, %15, %20 ve %25 oranlarında arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %0.34 artmaktadır. Emekli ziyaretçilerin gelirlerini %40 oranında arttırdığımızda ise, %1.48 artmaktadır. Yine emekli ziyaretçilerin gelirlerini %75 ve %100 oranlarında arttırdığımız takdirde %2.07 oranında artış gösterdiği gözlenmiştir (Çizelge 4.11.).

Emekli turistlerin gelirlerindeki artış beklentisi çalışanlara göre çok daha düşük olduğu beklentisi ödeme arzusu olasılığına düşük oranda yansımaktadır. Diğer bir ifade ile emeklilerin seyahat masrafı değişkenine uygulanan yüzdelerle artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığı artmaktadır (Şekil 4.42.).

Çizelge 4.11. Emeklilerin seyahat masrafına karşın ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Eseyahat (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	275 (% 81.36)	-1
1	62 (% 18.34)	63 (% 18.64)	1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	274 (%81.07)	-2
1	62 (% 18.34)	64 (%18.93)	2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	274 (%81.07)	-2
1	62 (% 18.34)	64 (%18.93)	2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	274 (%81.07)	-2
1	62 (% 18.34)	64 (%18.93)	2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	274 (%81.07)	-2
1	62 (% 18.34)	64 (%18.93)	2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	271 (%80.18)	-5
1	62 (% 18.34)	67 (%19.82)	5
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	271 (%80.18)	-5
1	62 (% 18.34)	67 (%19.82)	5
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	269 (%79.59)	-7
1	62 (% 18.34)	69 (%20.41)	7
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eseyahat (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	269 (%79.59)	-7
1	62 (% 18.34)	69 (%20.41)	7
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0



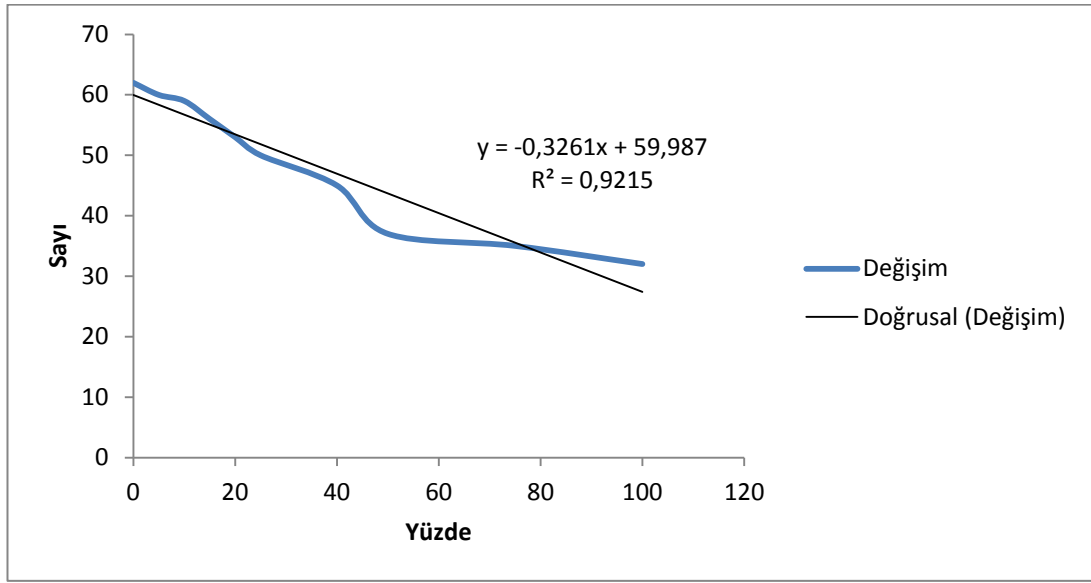
Şekil 4.42. Emeklilerin seyahat masrafı değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Yedinci senaryoda teklif fiyatlarımız çeşitli oranlarda arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre teklif fiyatlarımızı %5 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı bu durumdan negatif etkilenecek %0.59 oranında azalmaktadır. Teklif fiyatlarımızı %10 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığının %0.88 azaldığı gözlenmiştir. Senaryomuza bağlı olarak teklif fiyatlarını %15 arttırdığımız takdirde, ödeme istekliliği olasılığı %1.77 oranında azalacağı beklenmektedir. Teklif fiyatlarını %20 oranında arttırdığımız takdirde ödeme istekliliği olasılığı daha da azalacaktır. Bu oran 2.66'dır. Bu kez teklif fiyatlarımızı %25 arttırdığımızda ödeme istekliliği haliyle daha da azalacaktır. Bu oran 3.55'dir. Teklif fiyatlarımızı %40 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %5.03 oranında azalacağı beklenmektedir. Keza teklif fiyatlarımızı %50 oranında arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %7.39 azalacaktır. Teklif fiyatlarımızı %75 oranında arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı daha da zayıflayarak %7.98 azalacağı beklenmektedir. Son olarak teklif fiyatlarımızı %100 oranında arttırdığımız takdirde ziyaretçilerden 30 kişi hayır cevabı verecektir. Yani ödeme istekliliği olasılığı %8.87 oranında azalması beklenmektedir (Çizelge 4.12.).

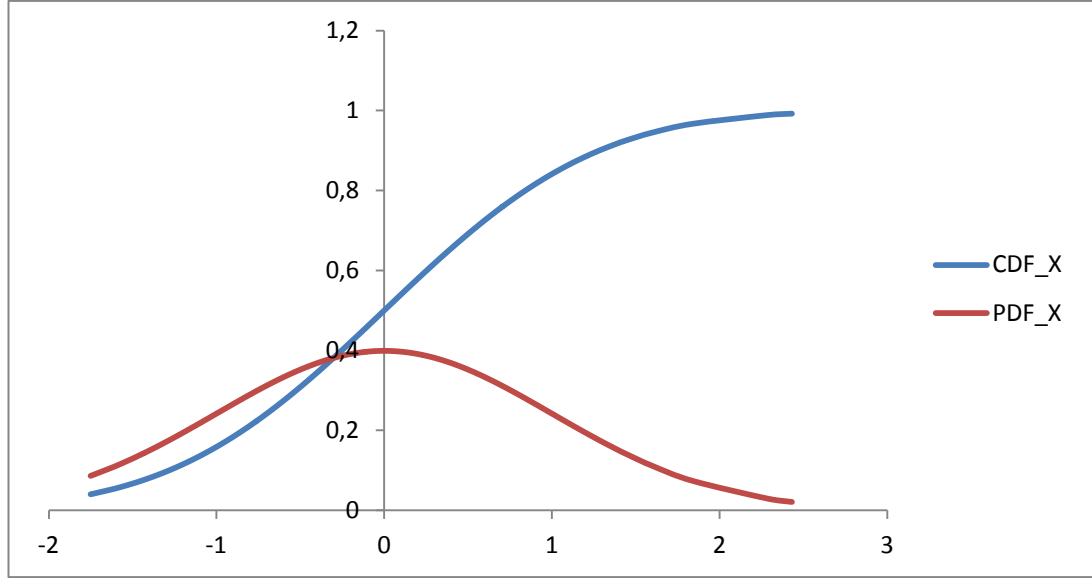
Çizelge 4.12. Teklif fiyatı (teklif fiyatlarına karşın ödeme istekliliği olasılığındaki değişim)

Tekfiyat (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	278 (% 82.25)	2
1	62 (% 18.34)	60 (% 17.75)	-2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	279 (%82.54)	3
1	62 (% 18.34)	59 (%17.46)	-3
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	282 (%83.43)	6
1	62 (% 18.34)	56 (%16.57)	-6
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	285 (%84.32)	9
1	62 (% 18.34)	53 (%15.68)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	288 (%85.21)	12
1	62 (% 18.34)	50 (%14.79)	-12
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	293 (%86.69)	17
1	62 (% 18.34)	45 (%13.31)	-17
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	301 (%89.05)	25
1	62 (% 18.34)	37 (%10.95)	-25
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	303 (%89.64)	27
1	62 (% 18.34)	35 (%10.36)	-27
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat(%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	276 (% 81.66)	306 (%90.53)	30
1	62 (% 18.34)	32 (%9.47)	-30
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Ekonomik teoriye uygun olarak artan fiyatlara karşın talebin kısılması gibi, Kale'nin gişe ücretindeki artışa karşın turist sayısında azalma beklenileceği kuşkusuzdur. Fakat bu azalma, Kale'nin uluslararası arenada iyi reklamını yapmakla azalan talep ters yöne çevrilebilir. İyi reklamlarla, Kale'yi mevcut pozisyonun ötesinde modern sosyal etkinliklerle donatılmış, artan oranda gelir getirici özelliğe kavuşturulmuş yapı ve donanım içerisinde uluslararası pazara görsel ve yazılı etkin bir biçimde sunmakla elde edilebilir (Şekil 4.43.).



Şekil 4.43. Teklif fiyatı değişkenine uygulanan yüzdeler artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim



Şekil 4.44. Olasılık yoğunluk ve kümülatif yoğunluk dağılım fonksiyonları

Değişkenlerin doğrusal ortak bileşiminden elde edilen indeks değerine karşın, ödeme istekliliği olasılıklarının normal ve kümülatif yoğunluk dağılım fonksiyonları ile belirtilmiştir. İndeks burada doğrusal modelin tahmini değeri olup, olasılık ise ödeme istekliliğinde meydana gelen değişmeyi ifade etmektedir. İndeks değerinde bir artış meydana geldikçe, kümülatif ödeme istekliliği olasılığının arttığı, olasılık dağılımı ödeme istekliliği olasılığının azaldığı gözlemlenmiştir (Şekil 4.44.).

4.7.2. Harran Harabeleri için uygulanan senaryolar

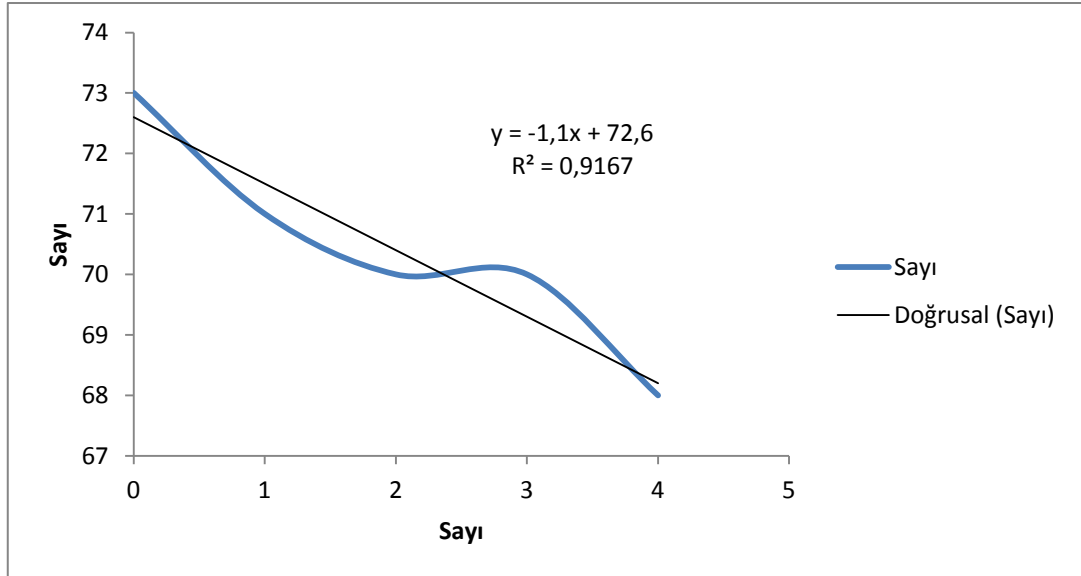
Anket yapılan ziyaretçilere sırasıyla yaş, eğitim, çocuk sayısı, ziyaret maliyeti, algılama, emekli geliri ve teklif edilen fiyat için 7 farklı senaryo uygulanmıştır. Yaş, eğitim ve çocuk sayısı 1'er yıl artırılırken, diğer değişkenler yüzdeler olarak artırılarak yani %5, %10, %15, %20, %25, %40, %50, %75 ve %100 artışlar öngörülerek ödeme istekliliği üzerinde etkisi gözlenmiştir.

Birinci senaryoda ziyaretçilerin yaşı yıl itibari ile artırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçinin yaşı yıl artış senaryoları halinde artırıldığında ödeme istekliliğine evet diyen yabancı turist sayısında kayda değer herhangi bir değişim gözlenmemiştir (Çizelge 4.13.).

Çizelge 4.13. Ziyaretçilerin yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim

Yaş (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	267 (% 78.99)	2
1	73 (% 21.60)	71 (% 21.01)	-2
Toplam	338 (% 100)	338 (% 100)	0
Yaş (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	268 (% 79.29)	3
1	73 (% 21.60)	70 (% 20.71)	-3
Toplam	338 (% 100)	338 (% 100)	0
Yaş (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	268 (% 79.29)	3
1	73 (% 21.60)	70 (% 20.71)	-3
Toplam	338 (% 100)	338 (% 100)	0
Yaş (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	270 (% 79.88)	5
1	73 (% 21.60)	68 (% 20.12)	-5
Toplam	338 (% 100)	338 (% 100)	0

Ancak ziyaretçilerin yaşı birer yıl arttırıldığında ödeme istekliliğinin azaldığı gözlenmiştir. Ödeme istekliliği olasılığı ile yaş arasında negatif bir ilişki vardır. Yani yaş arttıkça ödeme istekliliği azalmaktadır (Şekil 4.45.).

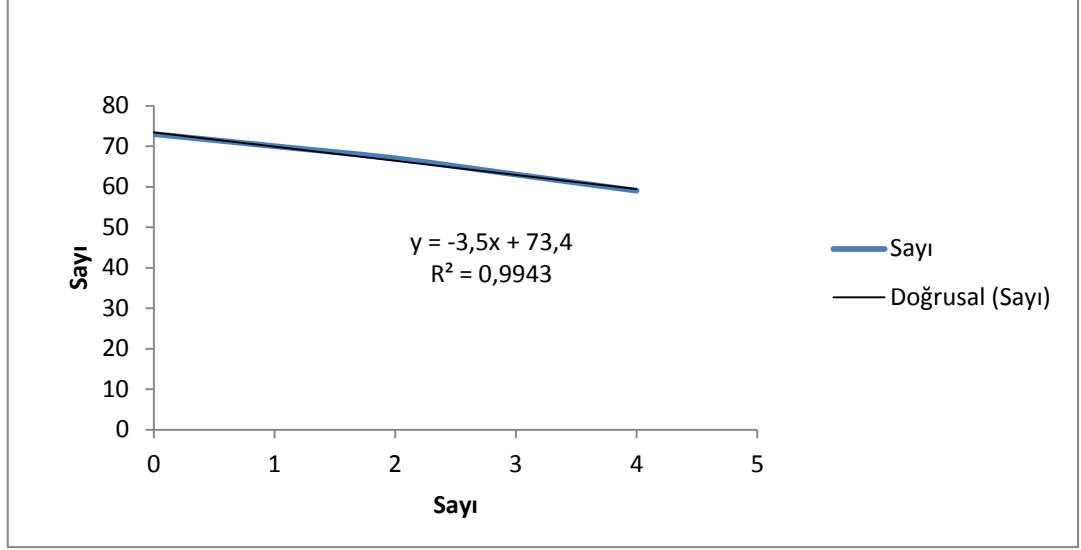


Şekil 4.45. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

İkinci senaryoda ziyaretçilerin eğitim seviyesi ortalaması birer yıl arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre eğitim seviyesi 1 yıl olarak arttırıldığında ödeme istekliliği olasılığı %0.89 oranında azalmaktadır. Eğitim seviyesini 2 yıl olarak arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %1.78 oranında azalmaktadır. Eğitim seviyesini 3 yıl arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı %2.96 oranında azalmaktadır. Aynı sonuç eğitim seviyesini 4 yıl olarak arttırdığımızda da karşımıza çıkmaktadır. Eğitim seviyesini 4 yıl arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %4.14 oranında azalmaktadır (Çizelge 4.14.).

Çizelge 4.14. Ziyaretçilerin eğitim senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Eğitim (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	268 (%79.29)	3
1	73 (% 21.60)	70 (%20.71)	-3
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	271 (%80.18)	6
1	73 (% 21.60)	67 (%19.82)	-6
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	275 (%81.36)	10
1	73 (% 21.60)	63 (%18.64)	-10
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	279 (%82.54)	14
1	73 (% 21.60)	59 (%17.46)	-14
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0



Şekil 4.46. Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

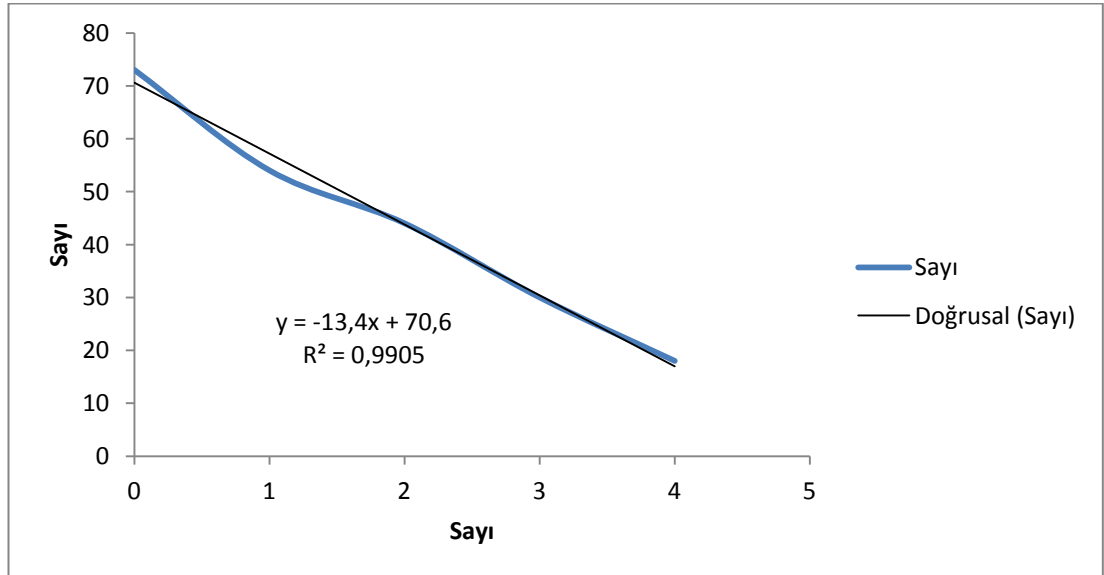
Beklentilerimizin aksine Harran harabeleri için ödeme istekliliği olasılığı ile eğitim seviyesi arasında negatif bir ilişki vardır. Bir başka deyişle eğitim seviyesi arttıkça ödeme istekliliği olasılığı azalmaktadır (Şekil 4.46.).

Üçüncü senaryoda ziyaretçilerin sahip olduğu çocuk sayısı arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçilerin çocuk sayısı 1 adet arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumsuz etkilenecek %5.62 azalmıştır. Çocuk sayısını 2 adet arttırdığımızda, ödeme istekliliği olasılığı %8.58 oranında azalmaktadır. Çocuk sayısını 3 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı %12.72 azalmaktadır. Çocuk sayısını 4 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği daha da azalmaktadır ki bu oran %16.27'dir (Çizelge 4.15.).

Çizelge 4.15. Ziyaretçilerin çocuk sayısı senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Çocuk sayısı (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	284 (%84.02)	19
1	73 (% 21.60)	54 (%15.98)	-19
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	294 (%86.98)	29
1	73 (% 21.60)	44 (%13.02)	-29
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	308 (%91.12)	43
1	73 (% 21.60)	30 (%8.88)	-43
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	320 (%94.67)	55
1	73 (% 21.60)	18 (%5.33)	-55
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Sonuç olarak aynen hipotezimizde olduğu gibi, çocuk sayısı arttığında ödeme istekliliği azalmaktadır. Yani ziyaretçilerin sahip olduğu çocuk sayısı ile ödeme istekliliği olasılığı arasında negatif bir ilişki gözlenmiştir (Şekil 4.47.).



Şekil 4.47. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

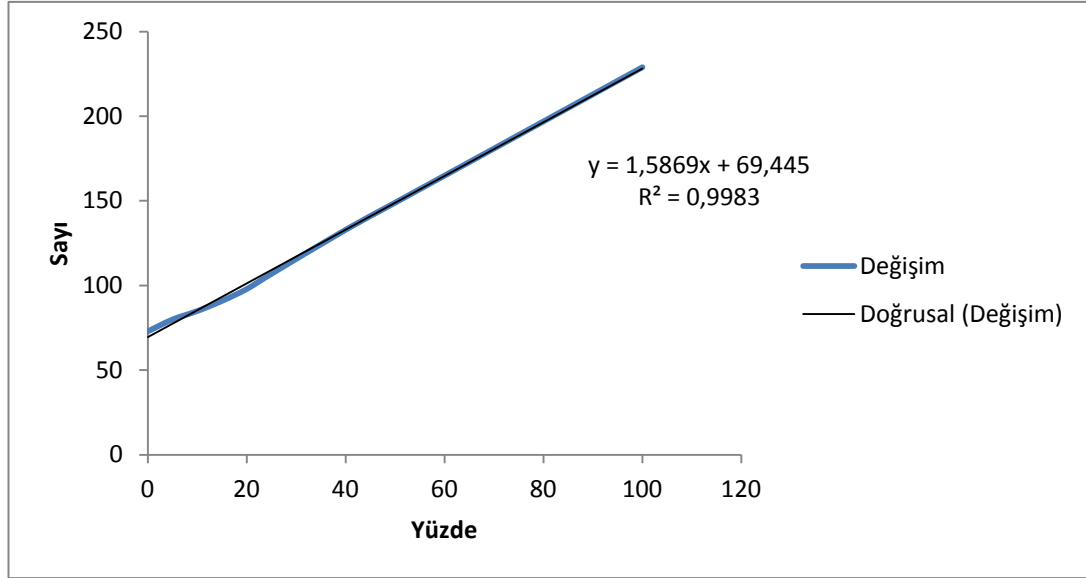
Dördüncü senaryoda ziyaret maliyetinin doğal logaritması arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre, ziyaret maliyetinin doğal logaritması %5 arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumlu etkilenecek %2.07 artmıştır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritması %10 arttırdığımızda teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısı 12 kişi artmaktadır. Bu da ödeme istekliliğinin %3.55 oranında artması anlamına gelmektedir. Ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %15 arttırdığımızda ise, ödeme istekliliği %5.32 oranında artmaktadır. Yine ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %20 arttırdığımızda karşımıza ödeme istekliliğinin daha da arttığını gözlemleyebiliriz. Bu oran %7.39'dur. Senaryoyu %25 arttırdığımızda ise, ödeme istekliliği %10.06 oranında artmaktadır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %40 arttırdığımızda ödeme istekliliğindeki değişim daha da artmaktadır. Bu oran 17.75'dir (Çizelge 4.16.).

Ziyaret maliyeti arttıkça ödeme istekliliği artan oranda artmaktadır. Keza ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %50 arttırdığımızda ödeme istekliliğinin %22.48 oranında arttığını gözlemleyebilmekteyiz. Eğer ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %75 arttırdığımızda ödeme istekliliği %34.32 oranında artmaktadır. Son olarak ziyaret maliyetinin doğal logaritmasının %100 arttırdığımızda karşımıza teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısının 156 kişi arttığını bu da ödeme istekliliğinin %46.15 artması anlamına geldiğini gözlemleyebiliriz (Şekil 4.48.).

Çizelge 4.16. Ziyaretçilerin ziyaret maliyeti senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	258 (%76.33)	-7
1	73 (% 21.60)	80 (%23.67)	7
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	253 (%74.85)	-12
1	73 (% 21.60)	85 (%25.15)	12
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	247 (%73.08)	-18
1	73 (% 21.60)	91 (%26.92)	18
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	240 (%71.01)	-25
1	73 (% 21.60)	98 (%28.99)	25
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	231 (%68.34)	-34
1	73 (% 21.60)	107 (%31.66)	34
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	205 (%60.65)	-60
1	73 (% 21.60)	133(%39.35)	60
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	189 (%55.92)	-76
1	73 (% 21.60)	149 (%44.08)	76
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması(%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	149 (%44.08)	-116
1	73 (% 21.60)	189 (%55.92)	116
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	109 (%32.25)	-156
1	73 (% 21.60)	229 (%67.75)	156
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Yabancı turistlerin bölgeyi ziyaret için katlanmayı kabul ettikleri ziyaret maliyeti, onların gelirinin bir göstergesi niteliğindedir. Yani ziyaret maliyeti ile ödeme istekliliği arasında pozitif bir ilişki gözlenmiştir (Şekil 4.70.).



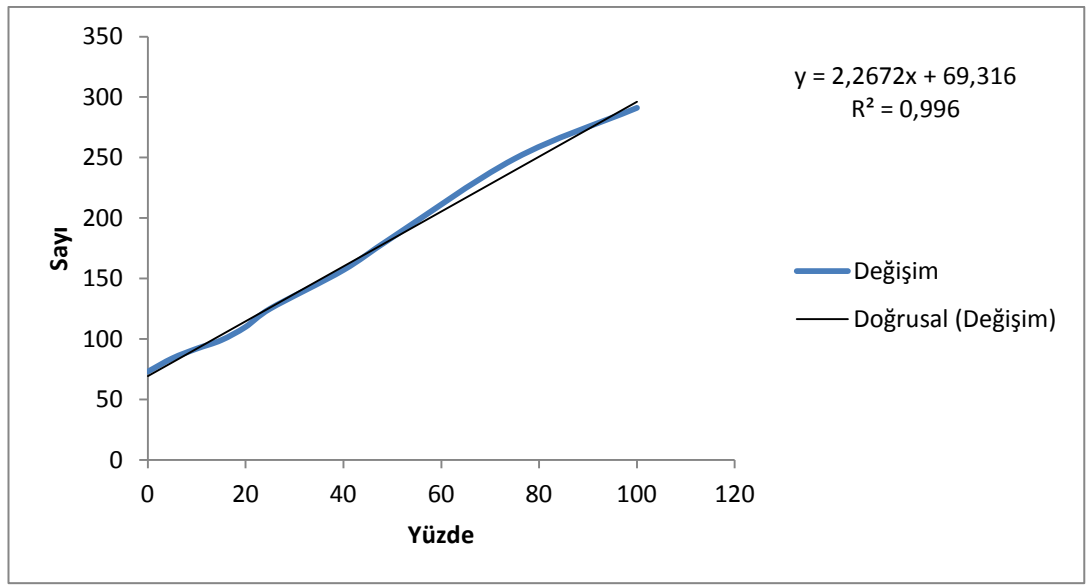
Şekil 4.48. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdeler artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Beşinci senaryoda ziyaretçilerin tarihi alanlara bakışını ölçen ve birden çok sorudan oluşan İndeks senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim gözlenmiştir. Buna göre indeks değerini %5 arttırdığımızda ödeme istekliliğinde %3.25'lik bir değişim gözlenmiştir. Buna karşın indeks değerini %10 arttırdığımızda ödeme istekliliği %5.62 arttığı tespit edilmiştir. Şayet indeks değerini %15 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %7.69 artmaktadır. Yine indeks değerini %20 oranında arttırdığımız zaman ödeme istekliliği olasılığı artmaktadır. Bu oran %10.94'dır. İndeks değerini %25 arttırdığımız takdirde karşımıza daha büyük bir oranda ödeme istekliliği olasılığı çıkmaktadır. Ödeme istekliliği olasılığı %15.38 oranında artacaktır. İndeks değerini %40 arttırdığımızda ise, 84 ziyaretçi daha fazla teklif fiyatlarımıza evet diyecektir. Eğer indeks değerini %50 oranında arttırdığımızda bu kez 111 ziyaretçi daha fazla ödeme isteğinde bulunacaktır. Yani ödeme istekliliği olasılığı %32.84 oranında artacaktır. Eğer indeks değerini %75 oranında arttırmak istersek ödeme istekliliği olasılığı %52.07 artacaktır. Son olarak senaryomuzda indeks değerini %100 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı daha da yükselerek %64.49'e çıkacaktır (Çizelge 4.17.).

Çizelge 4.17. Ziyaretçilerin indeks senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

İndeks (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	254 (%75.15)	-11
1	73 (% 21.60)	84 (%24.85)	11
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	246 (%72.78)	-19
1	73 (% 21.60)	92 (%27.22)	19
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	239 (%70.71)	-26
1	73 (% 21.60)	99 (%29.29)	26
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	228 (%67.46)	-37
1	73 (% 21.60)	110 (%32.54)	37
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	213 (%63.02)	-52
1	73 (% 21.60)	125 (%36.98)	52
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	181 (%53.55)	-84
1	73 (% 21.60)	157 (%46.45)	84
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	154 (%45.56)	-111
1	73 (% 21.60)	184 (%54.44)	111
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	89 (%26.33)	-176
1	73 (% 21.60)	249 (%73.67)	176
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
İndeks (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (% 78.40)	47 (%13.91)	-218
1	73 (% 21.60)	291 (%86.09)	218
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

İndeks değeri 5'li Likert modelinden elde edilen bir değişkendir. İndeks değeri bölgeyi ziyaret eden yabancı turistlerin tarihi ve kültürel değerlere verdikleri önemi göstermektedir. İndeks değerine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığında artışlar gözlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, yabancı turistlerin tarihi ve kültürel değerlere atfettikleri önem arttıkça, gelirlerinden daha fazla fedakarlık yapacakları beklenmektedir. Yapılan anketler sonucunda da bölgeyi ziyaret eden turistlerin anılan yerlere verdikleri önem dikkat çekmektedir (Şekil 4.49.).



Şekil 4.49. İndeks değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Altıncı senaryoda emekli ziyaretçilerin seyahat masrafı senaryolarına karşın ödeme istekliliği olasılığındaki değişim ele alınmış buna bağlı olarak aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Emekli ziyaretçilerin seyahat masrafı senaryomuza bağlı olarak arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığında kayda değer bir gelişme gözlenmemiştir. Yani emekli ziyaretçilerin seyahat masrafı arttırılmasına karşın, ödeme istekliliği olasılıklarında bir değişim olmamıştır (Çizelge 4.18.).

Çizelge 4.18. Emeklilerin seyahat masrafları senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim

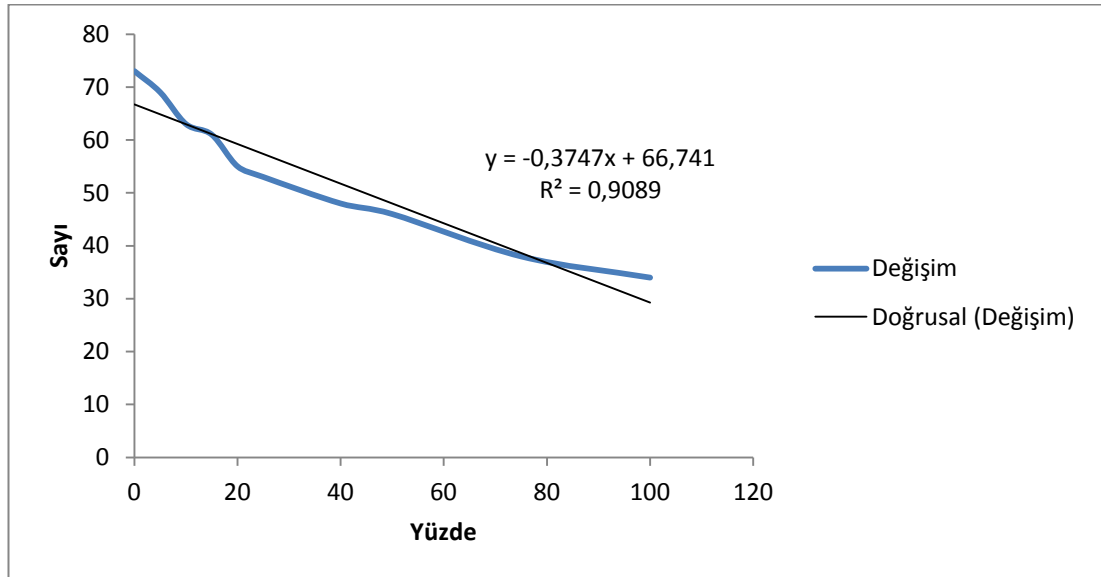
ESeyahat (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	265 (%78.40)	0
1	73 (%21.60)	73 (%21.60)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	265 (%78.40)	0
1	73 (%21.60)	73 (%21.60)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	265 (%78.40)	0
1	73 (%21.60)	73 (%21.60)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	265 (%78.40)	0
1	73 (%21.60)	73 (%21.60)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	265 (%78.40)	0
1	73 (%21.60)	73 (%21.60)	0
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	264 (%78.11)	-1
1	73 (%21.60)	74 (%21.89)	1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	264 (%78.11)	-1
1	73 (%21.60)	74 (%21.89)	1
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	261 (%77.22)	-4
1	73 (%21.60)	77 (%22.78)	4
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
ESeyahat (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	259 (%76.63)	-6
1	73 (%21.60)	79 (%23.37)	6
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Çizelge 4.19. Teklif fiyatları senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

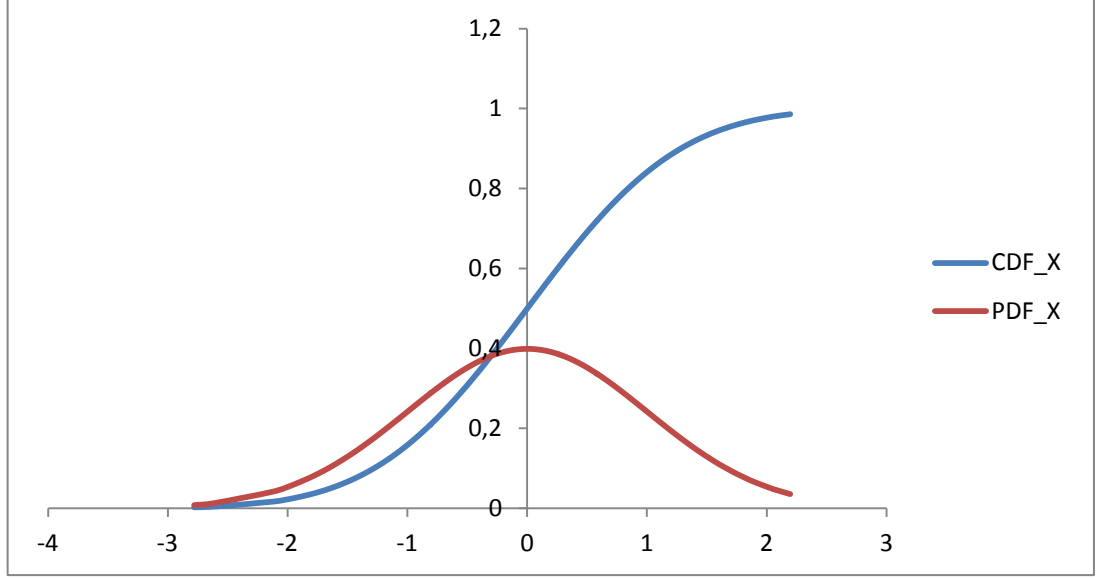
Tekfiyat (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	269 (%79.59)	4
1	73 (%21.60)	69 (%20.41)	-4
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	275 (%81.36)	10
1	73 (%21.60)	63 (%18.64)	-10
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	277 (%81.95)	12
1	73 (%21.60)	61 (%18.05)	-12
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	283 (%83.73)	18
1	73 (%21.60)	55 (%16.27)	-18
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	285 (%84.32)	20
1	73 (%21.60)	53 (%15.68)	-20
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	290 (%85.80)	25
1	73 (%21.60)	48 (%14.20)	-25
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	292 (%86.39)	27
1	73 (%21.60)	46 (%13.61)	-27
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	300 (%88.76)	35
1	73 (%21.60)	38 (%11.24)	-35
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	265 (%78.40)	304 (%89.94)	39
1	73 (%21.60)	34 (%10.06)	-39
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Yedinci senaryoda teklif fiyatlarımız çeşitli oranlarda arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre teklif fiyatlarımızı %5 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı bu durumdan negatif etkilenecek %1.19 oranında azalmaktadır. Teklif fiyatlarımızı %10 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığının %2.96 azaldığı gözlenmiştir. Senaryomuza bağlı olarak teklif fiyatlarını %15 arttırdığımız takdirde, ödeme istekliliği olasılığı %3.55 oranında azalacağı beklenmektedir. Teklif fiyatlarını %20 oranında arttırdığımız takdirde ödeme istekliliği olasılığı daha da azalacaktır. Bu oran 5.33'dir. Bu kez teklif fiyatlarımızı %25 arttırdığımızda ödeme istekliliği haliyle daha da azalacaktır. Bu oran 5.92'dir. Teklif fiyatlarımızı %40 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %7.4 oranında azalacağı beklenmektedir. Keza teklif fiyatlarımızı %50 oranında arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %7.99 azalacaktır. Teklif fiyatlarımızı %75 oranında arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı daha da zayıflayarak %10.36 azalacağı beklenmektedir. Son olarak teklif fiyatlarımızı %100 oranında arttırdığımız takdirde ziyaretçilerden 39 kişi hayır cevabı verecektir. Yani ödeme istekliliği olasılığı %11.54 oranında azalması beklenmektedir.

Teklif fiyatlarımızı arttırdığımızda beklentilerimizin doğrultusunda ödeme istekliliği olasılığında azalma meydana gelmektedir (Şekil 4.50.).



Şekil 4.50. Teklif fiyat değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim



Şekil 4.51. Olasılık yoğunluk ve kümülâtif yoğunluk dağılım fonksiyonları

4.7.3. Göbekli Tepe için uygulanan senaryolar

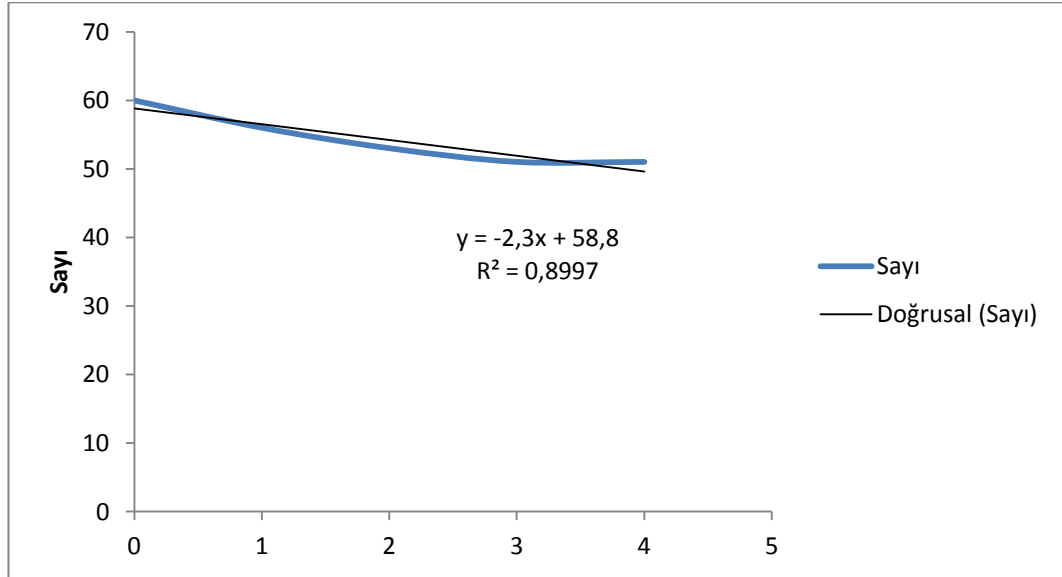
Anket yapılan ziyaretçilere eğitim, algılama, çocuk sayısı, ziyaret maliyeti, yaş, emekli geliri ve teklif edilen fiyat için 7 farklı senaryo uygulanmıştır. Yedi farklı senaryo için %5, %10, %15, %20, %25, %40, %50, %75 ve %100 artışlar öngörülerek ödeme istekliliği üzerinde etkisi gözlenmiştir. Ancak eğitim, algılama, çocuk sayısı, yaş ve emekli geliri değişkenlerinden anlamlı sonuç elde edilememiştir. Buna karşın ziyaret maliyeti ve teklif edilen fiyat için anlamlı sonuçlar elde edilmiş olup senaryolar aşağıda çizelgeler halinde verilmiştir.

Birinci senaryoda ziyaretçilerin yaşı yıl itibari ile arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçinin yaşı yıl olarak senaryoları halinde arttırıldığında ödeme istekliliği olasılığında azalma meydana geldiği gözlenmektedir (Çizelge 4.20.).

Çizelge 4.20. Yaş senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Yaş (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	282 (%83.43)	4
1	60 (% 17.75)	56 (%16.57)	-4
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	285 (%84.32)	7
1	60 (% 17.75)	53 (%15.68)	-7
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	287 (%84.91)	9
1	60 (% 17.75)	51 (%15.09)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Yaş (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	287 (%84.91)	9
1	60 (% 17.75)	51 (%15.09)	-9
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Başka bir anlatımla ödeme istekliliği olasılığı ile yaş arasında negatif bir ilişki vardır. Yani yaş arttıkça ödeme istekliliği azalmaktadır. Bu durum çizimsel gösterimde rahatlıkla anlaşılabilir (Şekil 4.52.).



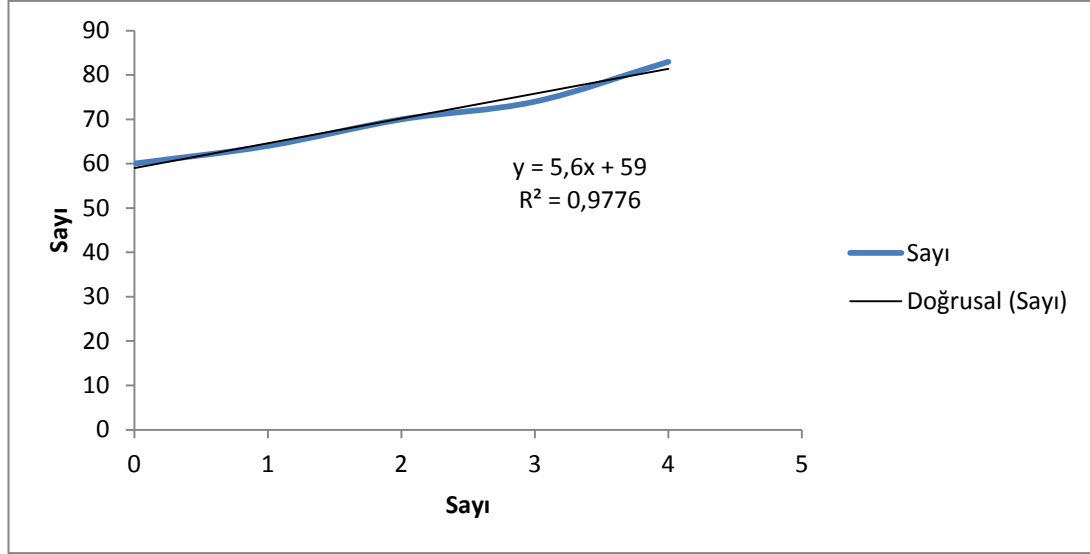
Şekil 4.52. Yaş değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

İkinci senaryoda ziyaretçilerin eğitim seviyesi ortalaması birer yıl arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim seviyesi ortalaması 1 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumlu olarak etkilenecek %1.18 oranında artmaktadır. Yabancı turistlerin eğitim seviyeleri arttıkça ödeme istekliliklerinin de artması önsezisel olarak beklenen bir sonuçtur. Ziyaretçilerin eğitim seviyesi 2 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği %2.96 oranında artmaktadır. Keza eğitim seviyesi 3 yıl olarak arttırıldığında %4.14 arttığı gözlenmektedir. Son olarak eğitim seviyesi 4 yıl arttırıldığında ödeme istekliliği %7.81 oranında artmaktadır (Çizelge 4.21.).

Çizelge 4.21. Eğitim senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Eğitim (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	274 (%81.07)	-4
1	60 (% 17.75)	64 (%18.93)	4
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	268 (%79.29)	-10
1	60 (% 17.75)	70 (%20.71)	10
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	264 (%78.11)	-14
1	60 (% 17.75)	74 (%21.89)	14
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Eğitim (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	255 (%74.44)	-23
1	60 (% 17.75)	83 (%24.56)	23
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Ziyaretçilerin eğitim seviyesi ile ödeme istekliliği arasında pozitif bir ilişki olduğu gözlemlenmiş olup, ziyaretçilerin eğitim seviyesi arttıkça ödeme istekliliği olasılığı da artan oranda artmaktadır (Şekil 4.53.).



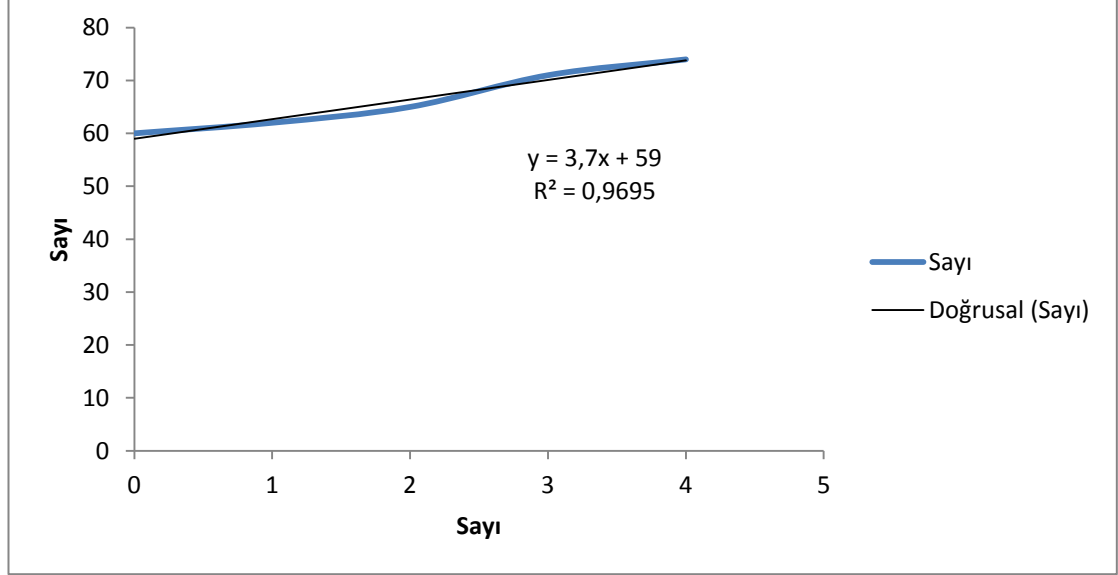
Şekil 4.53. Eğitim değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Üçüncü senaryoda ziyaretçilerin çocuk sayısı 1 adet arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumlu etkilenerak %0.59 oranında artmıştır. Çocuk sayısını 3 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı %3.26 artmaktadır. Çocuk sayısını 4 adet arttırdığımızda ise ödeme istekliliği daha da artmaktadır ki bu oran %4.14'dir (Çizelge 4.22.).

Çizelge 4.22. Çocuk senaryosuna karşı ödeme istekliliğindeki değişim

Çocuk sayısı (+1)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	276 (%81.66)	-2
1	60 (% 17.75)	62 (%18.34)	2
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+2)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	273 (%80.77)	-5
1	60 (% 17.75)	65 (%19.23)	5
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+3)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	267 (%78.99)	-11
1	60 (% 17.75)	71 (%21.01)	11
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Çocuk sayısı (+4)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (% 82.25)	264 (%78.11)	-14
1	60 (% 17.75)	74 (%21.89)	14
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Sonuç olarak önsel sezgilerimizin aksine, çocuk sayısı arttığında ödeme istekliliği artmaktadır. Yani ziyaretçilerin sahip olduğu çocuk sayısı ile ödeme istekliliği olasılığı arasında pozitif bir ilişki gözlenmiştir (Şekil 4.54.).

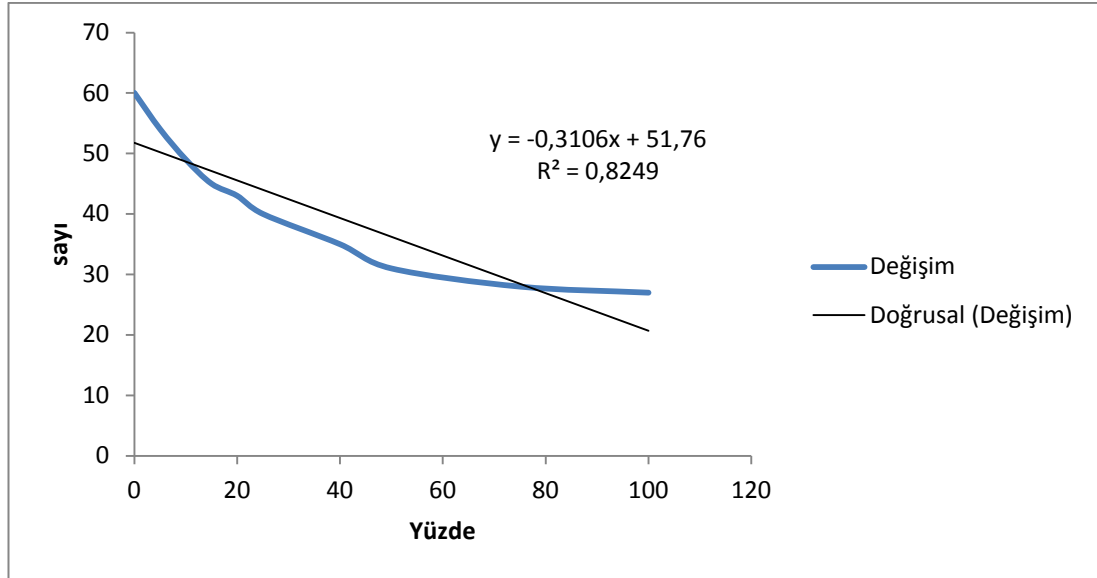


Şekil 4.54. Çocuk sayısı değişkenine uygulanan artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Bu senaryoda ziyaret maliyetinin doğal logaritması artırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre, ziyaret maliyetinin doğal logaritması %5 arttırıldığında ödeme istekliliği bu durumdan olumlu etkilenecek %3.85 artmıştır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritması %10 arttırdığımızda teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısı 26 kişi artmaktadır. Bu da ödeme istekliliğinin %7.69 oranında artması anlamına gelmektedir. Senaryoyu %25 arttırdığımızda ise, ödeme istekliliği %16.57 oranında artmaktadır. Ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %40 arttırdığımızda ödeme istekliliğindeki değişim daha da artmaktadır. Bu oran 23.97'dir. Ziyaret maliyeti arttıkça ödeme istekliliği artan oranda artmaktadır. Eğer ziyaret maliyetinin doğal logaritmasını %75 arttırsak, ödeme istekliliği %43.79 oranında artmaktadır. Son olarak ziyaret maliyetinin doğal logaritmasının %100 arttırdığımızda karşımıza teklif fiyatlarımıza evet diyenlerin sayısının 181 kişi arttığını bu da ödeme istekliliğinin %53.55 artması anlamına geldiğini gözlemleyebiliriz (Çizelge 4.23.).

Çizelge 4.23. Ziyaret maliyeti senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	265 (%78.40)	-13
1	60 (%17.75)	73 (%21.60)	13
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	252 (%74.56)	-26
1	60 (%17.75)	86 (%25.44)	26
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	241 (%71.30)	-37
1	60 (%17.75)	97 (%28.70)	37
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	230 (%68.05)	-48
1	60 (%17.75)	108 (%31.95)	48
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	222 (%65.68)	-56
1	60 (%17.75)	116 (%34.32)	56
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	197 (%58.28)	-81
1	60 (%17.75)	141 (%41.72)	81
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	174 (%51.48)	-104
1	60 (%17.75)	164 (%48.52)	104
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması(%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	130 (%38.46)	-148
1	60 (%17.75)	208 (%61.54)	148
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Ziyaret maliyetinin doğal logaritması (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	97 (%28.70)	-181
1	60 (%17.75)	241 (%71.30)	181
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0



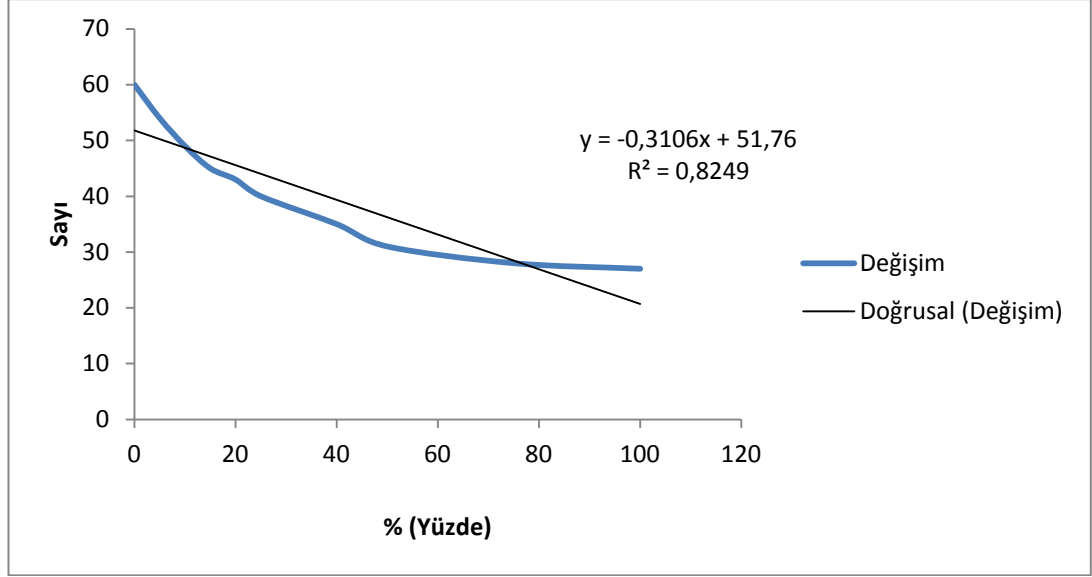
Şekil 4.55. Ziyaret maliyeti değişkenine uygulanan yüzdelik artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Bu senaryoda teklif fiyatlarımız çeşitli oranlarda arttırılmış ve bu artışların ödeme istekliliği olasılığı üzerindeki etkileri gözlenmiştir. Buna göre teklif fiyatlarımızı %5 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı bu durumdan negatif etkilenecek %1.77 oranında azalmaktadır. Teklif fiyatlarımızı %10 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığının %3.25 azaldığı gözlenmiştir. Senaryomuza bağlı olarak teklif fiyatlarını %15 arttırdığımız takdirde, ödeme istekliliği olasılığı %4.44 oranında azalacağı beklenmektedir. Teklif fiyatlarını %20 oranında arttırdığımız takdirde ödeme istekliliği olasılığı daha da azalacaktır. Bu oran 5.03'dir. Bu kez teklif fiyatlarımızı %25 arttırdığımızda ödeme istekliliği haliyle daha da azalacaktır. Bu oran 5.92'dir. Teklif fiyatlarımızı %40 arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %7.39 oranında azalacağı beklenmektedir. Keza teklif fiyatlarımızı %50 oranında arttırdığımızda ödeme istekliliği olasılığı %8.58 azalacaktır. Teklif fiyatlarımızı %75 oranında arttırdığımızda ise ödeme istekliliği olasılığı daha da zayıflayarak %9.47 azalacağı beklenmektedir. Son olarak teklif fiyatlarımızı %100 oranında arttırdığımız takdirde ziyaretçilerden 33 kişi hayır cevabı verecektir. Yani ödeme istekliliği olasılığı %9.76 oranında azalması beklenmektedir (Çizelge 4.24.).

Çizelge 4.24. Teklif fiyatları senaryosuna karşı ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

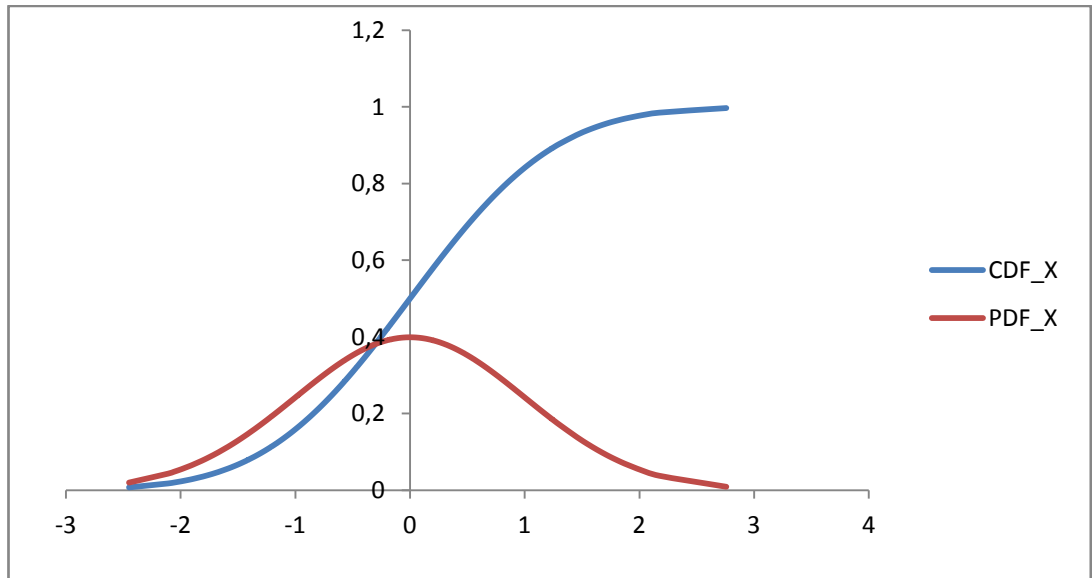
Tekfiyat (%5)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	284 (%84.02)	6
1	60 (%17.75)	54 (%15.98)	-6
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%10)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	289 (%85.50)	11
1	60 (%17.75)	49 (%14.50)	-11
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%15)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	293 (%86.69)	15
1	60 (%17.75)	45 (%13.31)	-15
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%20)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	295 (%87.28)	17
1	60 (%17.75)	43 (%12.72)	-17
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%25)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	298 (%88.17)	20
1	60 (%17.75)	40 (%11.83)	-20
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%40)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	303 (%89.64)	25
1	60 (%17.75)	35 (%10.36)	-25
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%50)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	307 (%90.83)	29
1	60 (%17.75)	31 (%9.17)	-29
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%75)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	310 (%91.72)	32
1	60 (%17.75)	28 (%8.28)	-32
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0
Tekfiyat (%100)			
Sonuç	Esas Durum	Senaryo Halinde	Değişim
0	278 (%82.25)	311 (%92.01)	33
1	60 (%17.75)	27 (%7.99)	-33
Toplam	338 (%100)	338 (%100)	0

Göbekli Tepe için önerdiğimiz teklif fiyatlarını arttırdığımızda, beklentileri karşılayacak şekilde ödeme istekliliği olasılığı azalmaktadır (Şekil 4.56.).



Şekil 4.56. Teklif fiyatı değişkenine uygulanan yüzdelerdeki artışlara bağlı olarak ödeme istekliliği olasılığındaki değişim

Değişkenlerin doğrusal ortak bileşiminden elde edilen indeks değerine karşın, ödeme istekliliği olasılıklarının normal ve kümülatif yoğunluk dağılım fonksiyonları ile belirtilmiştir (Şekil 4.57.).



Şekil 4.57. Olasılık yoğunluk ve kümülatif yoğunluk dağılım fonksiyonları

4.8. Belirtilmiş veya vurgulanılmış ödeme istekliliği miktarı

Bu senaryo’da tarihi eserlerin daha sosyal, eğlenceli ve dolayısıyla gelir getirici bir yapıya dönüştürülmesi için önerilen teklif miktarına ‘Evet’ veya ‘Hayır’ denilmesi üzerinde turistlerden kendi en yüksek (Evet cevabı karşısında) veya en düşük (Hayır cevabı karşısında) ödeme istekliliği miktarlarının vurgulanılması istenilmiştir. Bu sorular Ekteki Anket’te Part A, Part B ve Part C kısmında detaylı olarak sunulduğundan dolayı buraya alınmamıştır.

Turistlerin ortaya çıkmış ödeme istekliliği miktarı birinci soruya (Şanlıurfa Kalesi için soru Q22, Harran Harabeleri için Q26 ve Göbekli Tepe için Q30) bağlı olarak koşullu olarak meydana geldiği için bizler iki aşamalı sıradan en küçük kareler yöntemi (two-stage least squares, 2SLS) kullanarak ödeme istekliliği miktarını etkilen faktörleri analiz ettik. 2SLS modelinde birinci soruda ödeme istekliliği olasılığını etkileyen faktörler enstrümental (instrumental) değişkenler olarak kullanılarak ödeme istekliliği olasılığını ölçmede yardımcı olmuştur. Daha sonra enstrümental faktörlerle elde edilmiş olasılık değişkeni dahil diğer faktörlerin vurgulanılmış ödeme istekliliği miktarını nasıl etkilediği ortaya konulmuştur. Formül olarak bu:

$$\begin{aligned}
 y &= \beta'x + \delta w + \varepsilon \\
 w^* &= \alpha'z + u \\
 w &= 1 \text{ if } w^* > 0 \text{ and } z = 0 \text{ if } w^* \leq 0
 \end{aligned}
 \tag{4.4}$$

Kukla değişkeni olan w teklif edilen miktarı kabul edip etmediklerini göstermektedir. Bu modeli genel Heckman modelinden ayıran özelliği kukla değişkeni özelliğinde olan w^* ’nin modelin sağ tarafına bir ekstra dışsal değişken olarak kullanılması ile ortaya çıkmaktadır. Bu kukla değişkeni w aynı zamanda bağlı değişken olan y ’nin hata terimleri ε ile ilişkilidir. Bu ilişkiyi ortadan kaldırmak için iki basamaklı bir yola başvurulmuştur.

Çizelge 4.25. 2SLS modelinde elde edilen katsayılar

Değişkenler	Şanlıurfa Kalesi		Harran Harabeleri		Göbekli Tepe	
	Probit	2SLS	Probit	2SLS	Probit	2SLS
Sabit Terim	0.492 (0.54)	45.968** (2.23)	-0.662 (0.76)	59.294** (2.35)	1.762* (1.77)	29.036* (1.71)
Cinsiyet	-0.196 (-1.16)	-0.236 (-0.06)	0.175 (1.06)	7.939* (1.73)	-0.077 (-0.42)	2.629 (0.84)
Bekâr	0.689 (1.58)	1.602 (0.18)	-0.521 (-1.34)	-18.773* (-1.72)	-0.411 (-0.90)	0.863 (0.12)
Evli	0.981** (2.35)	12.479 (1.48)	-0.023 (-0.06)	-3.563 (-0.35)	0.388 (0.90)	13.544* (1.94)
Üniversite	-0.298 (-1.23)	-3.238 (-0.60)	0.089 (0.37)	-0.740 (-0.11)	0.216 (0.81)	0.399 (0.09)
Yüksek Lisans ve Doktora	0.001 (0.00)	3.520 (0.57)	0.004 (0.02)	-5.027 (-0.66)	0.305 (0.99)	0.496 (0.09)
Avrupalı	-0.119 (-0.46)	-9.013 (-1.46)	-0.552** (-2.07)	-17.763** (-2.23)	-0.381 (-1.35)	-11.613** (-2.24)
Avustralyalı	-0.574 (-1.56)	-18.23** (-2.23)	-0.644* (-1.84)	-20.840** (-2.06)	-0.693* (-1.72)	-18.19*** (-2.68)
Amerikalı	-0.078 (-0.25)	-7.252 (-0.98)	-0.264 (-0.84)	-7.531 (-0.83)	-0.273 (-0.78)	-11.278* (-1.82)
Emekli	0.386 (1.38)	9.627 (1.57)	0.332 (1.22)	11.435 (1.51)	0.925*** (2.93)	12.143** (2.33)
Tekbaşına Seyahat	0.242 (1.08)	2.521 (0.51)	0.116 (0.53)	2.796 (0.46)	0.260 (1.05)	3.334 (0.81)
Ailesi ile Birlikte Seyahat	-0.116 (-0.53)	-8.323* (-1.72)	-0.200 (-0.94)	-7.485 (-1.27)	-0.252 (-1.07)	-8.214** (-2.01)
İş Seyahati	-0.054 (-0.15)	4.733 (0.63)	0.366 (1.11)	14.659 (1.57)	0.642 (1.48)	5.024 (0.78)

Çizelge 4.25. 2SLS modelinde elde edilen katsayılar (devam)

Değişkenler	Şanlıurfa Kalesi		Harran Harabeleri		Göbekli Tepe	
	Probit	2SLS	Probit	2SLS	Probit	2SLS
Yaş	-0.015* (-1.83)	-0.406** (-2.15)	-0.018** (-2.16)	-0.526** (-2.22)	-0.032*** (-3.16)	-0.417***
Seyahat Maliyeti	-0.002 (-0.03)	-0.157 (-0.07)	0.122 (1.20)	2.328 (0.84)	-0.004 (-0.04)	-2.58 1.303
Teklif Fiyatları	-0.017*** (-6.60)		-0.015*** (-6.47)		-0.024*** (-8.07)	
Wtp		20.368* (-1.92)		32.80** (2.57)		-8.251 (-1.24)
Log Olabilirlik Değeri	-156.0935		-168.46311		-129.40384	
Ki-Kare (χ^2)	85.5119***		78.6934***		120.2283***	

Not: *,** ve ***, sırasıyla, katsayıların %10, %5 ve %1 istatistiki önem derecesini göstermektedirler

Üç tarihi eser için 2SLS modeli ayrı ayrı analiz edilmiştir. İstatistiki açıdan önemli olan değişkenler üzerinde durulmuştur. Buna göre; cinsiyet değişkeni Harran Harabelerinin ödeme istekliliği miktarını pozitif yönde etkilemiş, diğer bir ifade ile erkekler bayanlara göre daha fazla ödemede bulunmak istemektedirler. Erkek ile bayan arasındaki ödeme miktarı farkı yaklaşık 8 dolar bulunmuştur. Bekarlar dul olanlara göre Harran Harabeleri için daha az ödeme istekliliği miktarında bulunmak istemektedirler ve bu miktar yaklaşık olarak 19 dolar civarında tahminlenmiştir. Diğer taraftan evli olanlar dul olanlara göre hem Şanlıurfa Kalesi'nin ödeme istekliliği olasılığı hem de Göbekli Tepe için ödeme istekliliği miktarını pozitif yönde etkilemektedir. Kale'nin ödeme istekliliği olasılığını yaklaşık %98 artırırken, tarihi değer çok önemli olan Göbekli Tepe içinde dul olanlara göre yaklaşık 14 dolar daha fazla ödeme arzusunda bulunmak istemektedirler. Bekarlar kendi harcanabilir gelirlerinden tasarrufa yönelirken, evli olan çiftler kendi harcanabilir gelirlerinden özveri de bulunmak istemektedirler. Bu durum ekonomik duruma bağlı olarak büyük olasılıkla harcanabilir gelirler arasında meydana gelen değişmeden kaynaklanmakta, diğer bir ifade ile evli olan çiftlerin evli olmayan bekarlara oranla daha fazla gelire sahip ve aynı zamanda evli çiftler arasında tarihi eserlere atfedilen değerler yüksek oluşlarından kaynaklanmaktadır.

Turistlerin eğitim seviyesi artıkça vurgulanan ödeme istekliliği miktarı da artmakta fakat birim katsayılar istatistiki açıdan önemli bulunmamıştır. Diğer taraftan turistlerin hem ödeme arzusu olasılıkları hem de vurgulanan ödeme istekliliği miktarı yerleşim yerleri bakımından büyük değişkenlik sergilemiştir. Avrupalı, Amerikalı ve Avustralyalı turistler Asyalı turistlere göre daha az ödeme arzusunda bulunmuşlardır. Bu turistler arasında ise, Avustralyalı olanlar hem ödeme arzusu olasılıkları hem de miktar bakımından daha düşük bulunmuştur. Emekli turistler emekli olmayanlara göre Göbekli Tepe için hem ödeme arzusu olasılığını hem de miktarda pozitif yönde bir eğilimde bulunmuşlardır. Emekli olanlar olmayanlara göre %92.5 oranında daha fazla ödeme arzusu ve Göbekli Tepe'nin daha sosyal ve eğlenceli bir yapıya kavuşturulmasında yaklaşık 12 dolar daha fazla ödeme de bulunmak istemişlerdir. Seyahati ailesi ile birlikte gerçekleştiren turistlerin Şanlıurfa Kalesi ve Göbekli Tepe için yaklaşık olarak 8 dolar daha az ödeme miktarında bulunmak istemişlerdir. Bu da negatif miktar birlikte seyahat etme olasılığının yüksek maliyetinden kaynaklanmış olabilir.

Seyahati iş amaçlı gerçekleştiren turistlerin genelde ödeme istekliliği eğilimleri ile ödemek istedikleri miktarlar artmasına karşın, istatistiki açıdan bu değerler önemli bulunmamıştır. Ziyaretçilerin yaşı artıkça ödeme istekliliği olasılıkları ile ödeme arzusu miktarları azalmakta; gençlerin tarihi eserlere yeni vizyonların getirilmesine ilişkin kendi gelirlerinde özveride bulunmaları beklenen bir durumu yansıtmaktadır. Tarihi eserlerin daha eğlenceli ve sosyal imkanlara kavuşturulması beklenildiği gibi yaşlılardan ziyade gençlerin arzuladığı ve bu imkanlardan olabildiğince istifade edebileceklerini göstermektedir. Seyahat masrafları değişkeni işaret bakımından tarihi eserden tarihi esere farklılık arz etmesine karşın istatistiki açıdan önemli bulunmamıştır.

Ödeme istekliliği olasılıkları ile önerilen teklif miktarları arasında istatistiki açıdan önemli beklenen negatif bir ilişki bulunmuştur. Artan teklif miktarları karşında talep kanuna uygun olarak ödeme istekliliği olasılığı düşmekte ve bu da ziyaretçi sayısının azalmasına neden olacaktır. Fakat bu azalan ziyaretçi sayısı tarihi eserleri daha da fonksiyonel bir yapıya kavuşturmakla toplu ziyaret sayılarını artırmakla telafi edilebilir. Toplu artırma ise ulusal ve uluslar arası arenada bu gibi

tarihi eserlerin tanıtımını iyi yapmak ve turistlere daha fazla sosyal imkan sağlamakla mümkün olabilecektir. Araştırmacılar tarafından önerilen teklife 'Evet' diyenlerin 'Hayır' diyenlere göre Şanlıurfa Kalesi ve Harran Harabeleri için vurgulanılmış ödeme istekliliği miktarında pozitif ve sırasıyla, yaklaşık 20 ve 33 dolar olarak belirmiş iken, Göbekli Tepe tarihi yer için aksine bu negatif fakat istatistiki açıdan önemsiz bulunmuştur. Dolayısıyla şartlı model (2SLS) istatistiki açıdan önemli bulunmuş, aksi modellerin kullanılması durumunda parametrelerin sapmasız ve etkin olmayacağı anlaşılmıştır.

Ki-Kare testlerinin yardımı ile 2SLS modelinin açıklama gücüne bakıldığında, dışsal değişkenlerin eş anlamlı olarak hem ödeme istekliliği olasılığını hem de açığa çıkartılmış ödeme istekliliği miktarını yeterince açıkladığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bu iki bağımlı değişkenden meydana gelen değişkenlik çalışmaya konu olan dışsal değişkenler yardımı ile yeterince izah edilebileceğini göstermektedir.

4.8.1. Ödeme istekliliği hesaplanmasında kullanılan yöntem

Üstün yönleri nedeniyle koşullu değer belirleme çalışmamızda kullandığımız kapalı uçlu sorularda, diğer soru tiplerinin analizinde kullanılan açıklayıcı değişkenlere ek olarak, deneklere düşünmesi için teklif edilen değerle regresyonu yapmamız gereken evet/hayır şeklinde bir bağımlı değişken vardır. İktisadi analizde fayda, tüketicilerin mal ve hizmetlerden tırettiği tatminin ekonomik bir ölçütüdür. Ekonomik ya da toplumsal refah, bireysel fayda seviyelerinin toplamıdır. Bir bireyin fayda fonksiyonu;

$$U = V (Q_j, y; s) \quad (4.5)$$

olarak gösterilebilir. Burada; Q_j , sorundaki pazarı olmayan malın veya hizmetin koşullarındaki önerilen değişimi ($j=0$ ise değişim yok, 1 ise değişim var); y , geliri; s ise bireyin sosyoekonomik özelliklerinin bir vektörünü ifade etmektedir. Araştırmacı bir bireyin fayda fonksiyonunun tümünü gözlemleyemez. Bu yüzden fayda fonksiyonu; birisi sistematik, yani gözlemlenebilen eleman olan $v (Q_j, y; s)$ ve diğeri tesadüfi olan, yani gözlemlenemeyen eleman olan ϵ_j olmak üzere ikiye bölünebilir. Böylece dolaylı fayda fonksiyonu;

$$U = V(Q_j, y; s) + \varepsilon_j \quad (4.6)$$

şeklini alır. Eğer bireye pazarı olmayan malın veya hizmetin koşullarındaki değişim için x TL (veya yabancı para birimi) ödeyip ödemeyeceği sorulursa, yani x TL kadar ödeme eğiliminde olup olmadığı sorulursa bireyin bu teklifi kabul etme olasılığı; bireyin evet cevabı verme halinde kazanacağı faydanın ve uğrayacağı gelir kaybının, hayır cevabı vermesi halindeki faydasından büyük olup olmayacağına bağlıdır.

$$\Pr [\text{evet}] = \Pr [v(Q_1, y-x; s) + \varepsilon_1 \geq v(Q_0, y; s) + \varepsilon_0] \text{ ya da} \quad (4.7)$$

$$v(1, y-x; s) + \varepsilon_1 \geq v(0, y; s) + \varepsilon_0 \quad (4.8)$$

Talep teorisi bireylerin daha büyük bir yüzdesinin daha düşük değer teklifleri için ödeme eğiliminde olacağını gösterir. Bu olasılık deneklerin ödeme eğiliminde olacağı olasılıklar olarak yorumlayarak, beklenen değerler hesaplanabilir (Kaya, 2002). Bağımlı değişkenin, değer teklifi miktarı ve sosyoekonomik değişkenleri içeren açıklayıcı değişkenlerle regresyonu yapılır ve sonuç, bir bireyin nitelikleri ve ödemesi için bireye sorulan değer teklifleri veri olduğunda, bireyin eveti oylayacağı olasılık olarak yorumlanır. Bu regresyon kukla değerli ikili bağımlı değişkenli (probit veya logit) egride sonuçlanır ve eğri altındaki alan ödeme eğilimi için beklenen değeri verir.

Hanemann, dolaylı fayda fonksiyonunun tesadüfi olmayan elemanını bir doğrusal fonksiyon olarak ortaya koymuştur.

$$V(Q_j, y, s) = \alpha_j + \beta y \quad (4.9)$$

Bu eşitlikte fayda fonksiyonundaki s değeri ihmal edilmiştir; ancak α ve β parametreleri üzerinde etkilidir. Pazarı olmayan malın veya hizmetin koşullarındaki iki fayda seviyesi arasındaki fark ise; $dv = (\alpha_1 - \alpha_0) - \beta x$ olacaktır.

Hanemann, teorik doğrusal fayda fonksiyonundan yola çıkarak ödeme eğiliminin beklenen değerini ya da ortalama değerini logit ve probit için sırasıyla;

$$E_{\text{logit}} = \left(-\frac{1}{\beta_{\text{teklif}}} \right) \ln(1 + e^{x'\beta}) \quad (4.10)$$

$$E_{\text{probit}} = \left(-\frac{1}{\beta_{\text{teklif}}} \right) x'\beta \quad (4.11)$$

olarak ifade etmiştir (Kaya, 2002). Burada $x'\beta$ beklenen indeks değerinden teklif fiyatları ve katsayısı hariç tutulmuştur. Diğer taraftan 2SLS modelinde tahminlenen değer direkt ödeme istekliliği miktarını ölçmektedir:

$$E_{\text{2SLS}} = x'\beta \quad (4.12)$$

Çizelge 4.26. Tarihi alanlara atfedilen birim ve yıllık ekonomik değerler

Tarihi Alanlar	Birim Ekonomik Değer		Yıllık Ekonomik Değer	
	Probit Model	2SLS Model Sonuçları	Probit Model	2SLS Model Sonuçları
Urfa Kalesi	21,5	23,04	896.550	960.768
Harran	27	28,94	1.125.900	1.206.798
Göbekli Tepe	25	22,04	1.042.500	919.068
Toplam			3.064.950	3.086.634

Ziyaretçilerin Şanlıurfa Kalesi için giriş ücreti olarak ödeme istekliliği miktarını ortalama 21.5 dolar olarak bulunmuştur. 2SLS modeli yardımı ile açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 23.04 dolardır. Harran Harabeleri için ortalama ve açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarları sırasıyla 27 ve 28.94 dolar olarak tespit edilmiştir. Göbekli Tepe için ise probit modeli için ortalama ödeme istekliliği miktarı 25 olup, açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 22.04 olarak tahmin edilmiştir. Ayrıca yıllık olarak tarihi eserlere atfedilen ekonomik değerler de hesaplanmıştır. Buna bağlı olarak anılan yerlerin probit model sonucuna göre yıllık

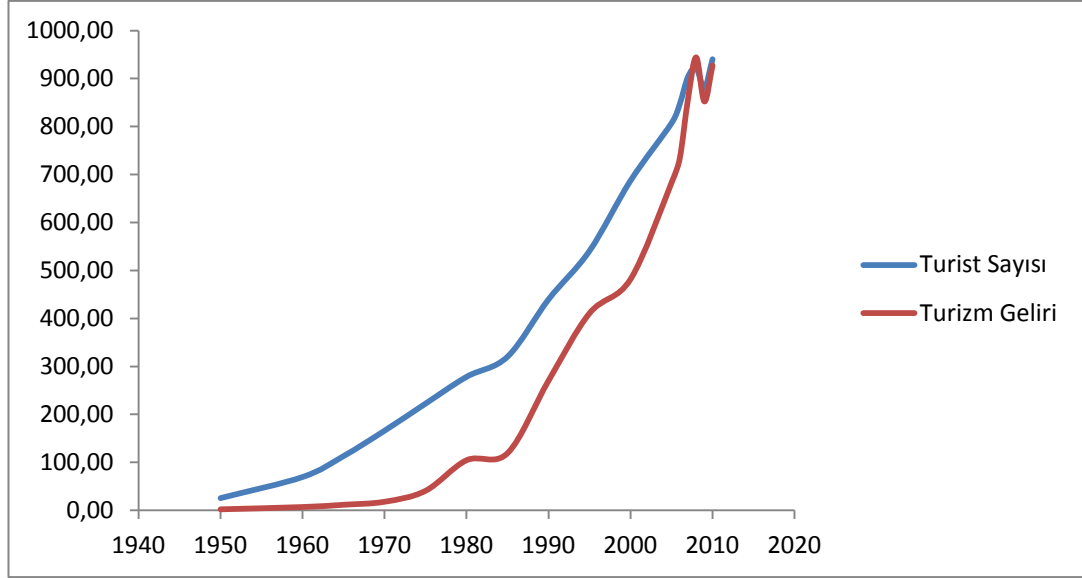
ekonomik değeri Urfa Kalesi için 896.550 dolar/yıl, Harran için 1.125.900 dolar/yıl, Göbekli Tepe için ise 1.042.500 dolar/yıl olarak tespit edilmiştir. 2SLS model sonuçlarına göre ilgili yerlerin yıllık ortalama faydaları ortaya konmuştur. Buna göre Urfa Kalesinin ortalama yıllık ekonomik değeri 960.768 dolar/yıl'dır. Harran için ise bu rakamlar sırasıyla 1.206.798 dolar/yıl'dır. Göbekli Tepenin ise yılda 919.068 dolar/yıl'lık fayda yaratacağı tahmin edilmiştir. Toplamda üç tarihi eserin ortalama yıllık gişe getirisi yaklaşık ise 3.08.6634 dolar olacaktır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda küreselleşmesi ile birlikte artan uluslar arası mal ve hizmet ile sermaye dolaşımı kolaylaşmıştır. Bunun yanı sıra insan ve kültür hareketliliği de büyük boyutlara ulaşmıştır. Böylece turizm dünya ekonomilerinin önemli bir sektörü haline gelmiştir. Gelişen ve gelişmekte olan ekonomiler turizm gelirleriyle kalkınmalarını sağlayacakları bilincine sahip olmuşlardır. Bu alanda mevcut potansiyellerinin farkına varmışlardır. Bu bağlamda, ülkelerin sahip oldukları kültürel ve tarihi alanların korunarak değerlendirilmesi gerektiği düşüncesi hem yerel halk hem de kamu otoriteleri tarafından kabul görmüştür. Bu çerçevede ilgili alanların turizm sektörüne kazandırılması ve mevcut kullanımlarının artırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için çalışmalar ivme kazanmıştır.

Ulusal ekonomilerin ve uluslar arası ticaretin gelişmesinde, sosyal ve kültürel alanda uluslar arası iyi niyet ve anlayışın yerleşmesinde turizmin oynadığı rol, ulusların bu sektöre büyük önem vermelerini zorunlu kılmış ve bu konudaki kalkınma yarışını hızlandırmıştır. Nitekim dünya turizm hareketlerini incelediğimizde bu sonuca kolayca ulaşabileceğimizi söyleyebiliriz.

Dünya turizm hareketlerine katılım her yıl, dünya üretimi ve ticaretin artış hızının üzerinde bir büyüme göstermektedir. Turizm gelirleri hızla artmaktadır. Öyle ki bazı ülkeler turizm gelirleri vasıtasıyla kalkınmalarını sağlamaktadırlar (Şekil 5.1.).



Şekil 5.1. Dünya’da turizm hareketleri ve turizm gelirleri kaynak: www.unwto.org verilerinden derlenmiştir

Türkiye sahip olduğu coğrafi konumu ve tarihi geçmişi sebebiyle turizm açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Türkiye, turizmin her çeşidine uygun tarihi ve doğal bir yapıya sahiptir. Nitekim 2011 yılında Türkiye’ye gelen turist sayısı 31.456.000 kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirleri ise 17.798 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin dünya turizmindeki yaklaşık payı %3’tür.

Şanlıurfa ise geçmişi milattan önceye dayanan kültür ve medeniyetlerin bulunduğu tarihi ipek yolu üzerinde dünyanın en eski yerleşim yerlerinden birisidir. Buna rağmen istenilen oranda dünya çapında ilgi çekmemektedir. Bunun sebepleri arasında tanıtım eksikliğinin yanı sıra ziyaretçilere yeterli altyapı olanakların tanınmamasıdır. Tarihi eserlerimiz atıl kapasite ile çalışmaktadır. Şanlıurfa’yı 2009 yılı içerisinde sadece 41.700 yabancı turist ziyaret etmiştir. Bu rakam Türkiye’ye gelen turistlerin sadece %0.13’ünü oluşturmaktadır.

Şanlıurfa sahip olduğu tarihi eserler bakımından Türkiye’de ayrıcalıklı öneme sahip bir kenttir. Bu tarihi alanların turizme kazandırıp sürdürülebilirliği sağladığı takdirde büyük bir turizm potansiyeli ortaya çıkarılmış olacaktır. Ayrıca kentin sahip olduğu tarihi alanların korunması ve geleceğe aktarılması hayati öneme sahip bir olgudur. Yani bölgedeki mevcut potansiyellerin turizmin gelişmesine büyük etkisi olacaktır.

Buna bağılı olarak ilgili yerlerin korunması ve gelecek kuşaklara kültürel miras olarak aktarılması için anılan tarihi alanların ekonomik değerinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Yani bu alanların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması buralara atfedilen değerini ortaya çıkarılmasıyla mümkündür. Bu çalışmanın temel amacı da seçilen tarihi alanların ödeme istekliliği yöntemi kullanılarak gişe kapısı ücretlerini belirlemek dolayısıyla ilgili yerlerin ekonomik değerinin belirlenmesidir.

Bu bağlamda Şanlıurfa'da tarihi öneme sahip ve turistlerin vazgeçilmez uğrak yerlerinden olan Şanlıurfa Kalesi, Harran Harabeleri ve Göbekli Tepe'nin daha modern, yerli ve yabancı turistlere hizmet verebilen, sosyal ve eğlence tesisleri ile donatılmış bir görünüm senaryosu altında yabancı turistlerin bu senaryodan faydalanmaları için önerilen gişe kapısı ücretleri ile ilgili ödeme isteklilikleri sorulmuş ve bu ödeme istekliliğini etkileyen faktörler 2SLS modeli ve ikili sınırlı bağımlı probit modeli yardımı ile analiz edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre turistlerin sosyo-demografik faktörlerinin çoğunluğu ödeme istekliliği olasılığı ve ödeme miktarındaki değişkenliğe etki etmiştir. Genelde turistlerin yaşlanması ile birlikte hem ödeme arzusu olasılığı hem de ödeme miktarında düşüşler meydana gelmektedir. Aynı zamanda turistlerin cinsiyeti, bekar veya evli olup olmadıkları ödeme arzusu olasılıkları ile ödeme miktarındaki değişmeye etki ettiği gözlemlenmiştir. Genelde turistlerin eğitim seviyelerinin artması ile hem ödeme istekliliği olasılıkları ile ödeme istekliliği miktarları artmasına karşın, bu artış istatistik açıdan önemli bulunmamıştır.

Turistlerin geldikleri coğrafi kıtalar hem olasılıkları hem de miktarı önemli ölçüde farklı düzeyde etkiledikleri gözlemlenmiştir. Asyalı turistlerin diğer kıtalarda yaşayanlara göre daha fazla ödeme istekliliği ve ödeme miktarını daha da önemsedikleri gözlemlenmiştir. Aynı şekilde emekli olan turistlerin çalışan hemsinlerine göre daha fazla ödeme miktarında bulunmak istemektedirler. Dolayısıyla, özellikle yaşlı ve emekli turistlerin tarihi eser alanlarında ilgisini çekebilecek sosyal ve eğlence amaçlı etkinliklerin artırılması gerekir. Ailesi ile birlikte seyahati gerçekleştirenlerin mali yükümlüklerinin artmasından dolayı ödeme istekliliği olasılığına ve ödeme arzusu miktarına negatif etki yapmaktadırlar, fakat

diğer taraftan kendilerini sık ziyaretçi olarak tanımlayan turistlerin bu vasıflara sahip olmayanlara göre her iki ödeme tipi üzerinde pozitif etki bırakmaktadır. Yerel yönetimlerin özellikle bu tip insanlara daha fazla önem vererek olabildiğince sosyal imkanlardan yararlandırmayı amaçlamalıdır.

Beklenildiği gibi önerilen teklif miktarlarının artması ödeme olasılıklarını negatif yönde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile gişe kapısı ücreti için artan teklif miktarları karşından turistler bu tarihi yerlere ziyareti gerçekleştirme olasılığından vazgeçmektedirler. Bu beklenti talep kanunu ile birebir uyumlu olmakla birlikte, yerel ve ulusal yönetimler özellikle ödeme istekliliğini pozitif yönde etkileyen turistlerin sosyo-demografik faktörlere odaklanarak azalan talep miktarını (turist sayısını) telafi edebilirler. Bunun gerçekleşmesi ise iyi bir yönetim, organizasyon, iş bölümü, tanıtıcı reklam ve broşürler vb faktörlerin eşanlı olarak ele alınarak proje ve planlama stratejilerinin oluşmasına bağlı olmaktadır.

Tarihi eserlerin bugünkü konumundan daha modern bir görüntüye kavuşturulmasında önerilen teklif miktarına evet diyen turistlerin ortalama olarak hayır diyenlere göre daha fazla ödemede bulunmak istemektedirler. Bu miktarlar Şanlıurfa Kalesi ve Harran Harabeleri için sırasıyla yaklaşık 21 ve 27 dolar olmuştur.

Şanlıurfa ilinde bulunan üç tarihi esere atfedilen ekonomik değerler de ölçülmüştür. Harran Harabeleri atfedilen ekonomik kıymet bakımından ilk sırayı almış, Kale ve Göbekli Tepe sırasıyla izlemiştir. Üç tarihi eserin daha modern bir yapıya kavuşturulması durumunda yabancı turistlerin kişi başına kendi gelirlerinden yaklaşık 29 dolar Harran Harabeleri için, 23 dolar Kale için ve 22 dolar Göbekli Tepe için özveride bulunacaklardır. Yıllık toplamda bu tarihi eserlere atfedilen ekonomik değer yaklaşık olarak 3 milyon ABD doları olarak bulunmuş, bu tarihi eserlerin daha modern, hizmet üreten sosyal bir yapıya kavuşturulmasında yerel yönetimler, yıllık ekonomik harcamalarını maksimum olarak bu elde edilen değere eşik değer olarak belirlemelidirler. Bu eşik değer üzerinde yapılan harcamalar yabancı turistler tarafından ekonomik olarak algılanmadığından yerel yönetimlerin zararına bir işlem olarak görülebilecektir. Aynı zamanda, bu atfedilen ekonomik değerler tarihi eserlerin gişe kapısında ücret olarak veya başka kalemler altında

turistlerden tahsis edilmelidir. Bu bağlamda, modern bir duruma getirilen tarihi eserler hizmet kalitesi bakımından bölgeye gelir getirici bir yapı ifade edeceğinden zamanla daha da ekonomik değeri artacağı yadsınamaz.

Bu çalışmada, her üç tarihi alanın gişe kapısı ücretinin belirlenmesi amacıyla yabancı turistlerle anket uygulaması yapılmıştır. Yerli turistlerin bölgemizde bulunan tarihi alanlara yönelik ödeme isteklilikleri yabancı turistlerin 1/3'ü olarak alınacağı varsayılmıştır. Buna bağlı olarak yerli turistlerin bu alanlara attıkları önem başka çalışmaların konusunu oluşturabilecektir. Yine her üç alanın birlikte modele dahil edilmesi yapılacak diğer çalışmalarda kullanılabilir. Ayrıca bölgemizde bulunan ve bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılan yerler örneğin Balıklıgöl vb. ilgilenecek araştırmacıların yapacağı çalışmalarla (seyahat maliyeti yöntemi kullanılarak) ekonomik değerleri tespit edilebilir.

Bunlara ek olarak, konu hakkında kuramsal içeriğin çok zengin olmasına karşın, özellikle ülkemizde tarihi alanlarla ilgili uygulama noktasında hiçbir çalışmanın olmaması konunun bu açıdan yetersiz kalmasına neden olmuştur. Dolayısıyla ilerleyen dönemlerde yapılacak nitel ve nicel araştırmalara, bu çalışmada kullanılan yöntemler bir ışık tutacaktır.

Son olarak, Şanlıurfa'nın turizm sektörü sayesinde bölgesel kalkınmasını gerçekleştirmesi adına çeşitli öneriler maddeler halinde aşağıda sunulmuştur.

1- Turizmin arz potansiyelinin yüksek olduğu bölgemizde, yöre halkına yönelik eğitim programları düzenlenerek tarih, halkla ilişkiler, turizm, tanıtma ve yabancı dil gibi alanlarda bilgi seviyesi artırılmalıdır.

2- Yöresel turizm ürünlerinin ve hizmetlerinin tanıtımı yapılmalıdır.

3- Yabancı turistlerin bölgedeki geceleme sayısını arttırmak için turizm çeşitlendirmesi ve potansiyellerin kullanılabilir hale getirilmelidir.

4- Bölgemizin tarihi ve kültür değerlerinin envanterinin çıkarılması zorunludur.

5- Kültür ve turizm bakanlığının bölgemize ayırdığı bütçe arttırılmalı ve turizm yatırımlarına hız verilmelidir. Turizm sektörüyle iştiğal eden şirketlere çeşitli destekler verilmelidir.

6- Turizm arzını oluşturan önemli etkenlerden bir tanesi de temiz bir çevre bilincinin geliştirilmesidir. Bu konu bölgemiz için son derece önemli bir konudur.

7- Bölgemizde bulunan somut ve soyut kültürel unsurlar kısa dönemde restorasyonları tamamlanarak canlandırılmalıdır.

8- Bu çalışmadan elde edilen sonuçlara bağlı olarak, tarihi yerlere ait gişe kapısı ücreti hayata geçirilmelidir.

9- Şanlıurfa'nın uluslar arası alanda tanıtımına önem verilmelidir. Bu amaçla, tarihi ve kültürel varlıkları ziyaret etmeyi planlayan yabancı turistler dünyanın her yerinde potansiyel hedef kitle olarak belirlenmelidir. Bunun için uluslararası dergilere, gazetelere, televizyonlara tanıtıcı ilan verilmelidir.

10- Bölgemizi ziyaret eden yabancı turistlerle periodik olarak pazar ve müşteri memnuniyeti çalışmaları yapılmalıdır. Buradan elde edilecek sonuçlara göre ilde yapılacak kısa ve uzun vadeli yol haritası çıkarılmalıdır.

11- Uluslararası seyahat yazarları ve tarihçi akademisyenler bölgeye davet edilerek, Şanlıurfa hakkında yazı kaleme almaları teşvik edilmelidir.

12- Turizm ve seyahat fuarlarında Şanlıurfa temsil edilmelidir. Buralarda çok sayıda yabancı dille yazılmış resimli el kitapları dağıtılmalıdır.

13- Etkili tur operatörleri tanıtım gezilerine davet edilmelidir.

14- Yabancı ziyaretçilerin doğrudan bölgemize intikalinin sağlanması için uluslar arası hava limanına işlerlilik kazandırılmalıdır.

KAYNAKLAR

- AHMED, S., and GOTOH, K., 2006. Cost-Benefit Analysis of Environmental Goods by Applying the Contingent Valuation Method. Springer, Tokyo, Japonya, p157.
- AKBAY, C., BOZ, İ., ve GÜL, A., 2001. Tarım Ekonomisi ve Tüketici Davranışları Alanlarında Sınırlı Bağımlı Değişken Model Tahminleri: LIMDEP Programlama Yazılımının Uygulanması. Tarımda Bilişim Teknolojileri 4. Sempozyumu, 20-22 Eylül 2001, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, s. 145-158.
- AKESEN, A., 2011. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Bağlamında Ekoturizm Agroturizm Organik Tarım İlişkileri ve GAP İrdelemesi. GAP VI. Tarım Kongresi, 09–12 Mayıs, Şanlıurfa, s.96–101.
- ALBERINI, A., 1995. Testing Willingness to Pay of Discrete Choice Contingent Valuation Survey Data. Land Economics, 71 (1): 83–95.
- ALBERINI, A., and KAHN, J. R., 2006. Handbook on Contingent Valuation. Edward Elgar Publishing Limited, 136 West Street Suite 202 Northampton Massachusetts 01060 USA.
- ALKAY, E., ve OCAKÇI, M., 2003. Kentsel Yeşil Alanların Ekonomik Değerlerinin Ölçülmesinde Kullanılabilecek Yöntemlerin İrdelenmesi. İTÜ dergisi, 2(1): 60- 68.
- ALTAN, Ş., 2006. Türkiye’de Ekoturizm Uygulamaları ve Ekonomiye Katkıları. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Niğde, 181s.
- ALTUNKASA, M. F., ve USLU, C., 2004. The Effects Of Urban Green Spaces on House Prices in the Upper Northwest Urban Development Area of Adana-Turkey. Turkish Journal Of Agriculture and Forestry, 28: 203- 209.
- ANONİM., 2008. Şanlıurfa Kültür Turizm Rehberi. Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları Şehir Kitaplığı Dizisi: 5, ISBN: 978–975–585–571–4, Şanlıurfa, 288s.
- ANONİM., 2007. İstatistik. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1448, Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 771, ISBN: 975–06–0183–1, Eskişehir, 331s.
- ARIKAN, F.E., 2008. Ev Kiralarını Etkileyen Faktörlerin Hedonik Fiyat Yöntemi İle Belirlenmesi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 112s.
- ATEŞOĞLU, İ., 2008. Bartın Balamba Orman içi Dinlenme Yeri Rekreasyon Hizmetlerinin Ekonomik Değerinin Belirlenmesi. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak, 121s.

- BAHAR, O., 2007. Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açıdan Yeri ve Önemi. Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Güz (19): 1-19.
- BAHÇE, A. S., 2009. Kırsal Gelişimde Kültür Mirası Turizm Modeli. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, sayı 25, 12s.
- BAŞOL, K., DURMAN, M., ve ÖNDER, H., 2007. Doğal Kaynakların ve Çevrenin Ekonomik Analizi. Alfa Aktüel Yayınları, Bursa, 194s.
- BELKAYALI, N., ve AKPINAR, N., 2009. Yalova Termal Kaplıcaları'nın Rekreasyon ve Turizm Amaçlı Kullanımının Ekonomik Değerinin Seyahat Maliyet Yöntemi İle Tespit Edilmesi. Coğrafi Bilimler Dergisi, 7 (2): 177-184.
- BELKAYALI, N., 2009. Yalova Termal Kaplıcalarının Rekreasyonel Ve Turizm Amaçlı Kullanımının Ekonomik Değerinin Belirlenmesi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 224s.
- BEYAZAY, B., 2007. Yatırım Aracı Tercihinde Tesadüfi Fayda Maksimizasyonuna Dayalı Nested Logit Modeli. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 98s.
- BOYACIGİL, O., 2003. Hedonic Pricing Yönteminin İskenderun Kenti Örneğinde Uygulaması. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Adana, 211s.
- BOYLE, K.J., and BISHOP, R.C., 1998. Welfare Measurements Using Contingent Valuation: A Comparison of Techniques. American Journal of Agricultural Economics, 70: 21-28.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., 2002. Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (2) Ankara: Pegem Yayıncılık.
- CARSON, T. R., MITCHELL, R. C., HANEMANN, W. M., KOPP, R. J., PRESSER, S., and RUUD, A., 1992. A Contingent Valuation Study of Lost Passive Use Values Resulting From Exxon Valdez oil Spill. Natural Resource Damage assesment Inc, Washington, D. C
- CARSON, T. R., and MITCHELL, R. C., 1993. The Value of Clean Water. The Publics Willingness to Pay for Boatable, Fishable and Swimmable Quality Water. Water Resources Research, Vol 29(7): 2445-2454s
- CARSON, T. R., and HANEMANN, W. M., 2005. Contingent Valuation. Handbook of Environmental Economics, Volume 2, Edited by K. G Möler and L. R. Vincent, Elsevier B. V
- ÇEKEN, H., 2008. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi C.X, S II.
- ÇEKEN, H., 2008. Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1: 136-151
- ÇELİK, K., 2008. Mikro İktisada Giriş. Murathan Yayınevi, Trabzon, 322s.

- ÇİMAT, A., ve BAHAR, O., 2003. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, (6): 1–18
- ÇINAR, G., 2009. Üreticilerin Tarımsal Yayımlar ve Danışmanlık Hizmetleri İçin Ödemeye İstekli Oldukları Ücretlerin Belirlenmesi: Aydın İli Örneği. Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 76s.
- DAY, A. R., 2005. Bilimsel Makale Nasıl Yazılır, Nasıl Yayımlanır. TÜBİTAK Yayınları Bilgi Dizisi, ISBN: 975–403–175–4, Ankara, 233s.
- DEMİREL, Ö., 1999. Çoruh Havzası (Yusufeli Kesimi) Doğal Kaynak Değerlerinin Rekreasyon ve Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Turkish Journal Of Agriculture and Forestry, 23 (5): 1103-1112.
- DOĞUAY, N., 2009. Aydın Bölgesindeki Pamuk Üreticilerinin Çevresel Duyarlılıklarının Belirlenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 57s.
- DÜNDAR, D., ve ÇAĞLAR, N., 2008. İstatistik Temel Bilgiler, Yöntemler ve Uygulamalar. Der Yayınları, Yayın No: 400, ISBN: 978–975–353–351–5, İstanbul, 270s.
- EKİNCİ, M., ve YETİM, S., 2011. Şanlıurfa’da Kırsal Turizm Potansiyeli. GAP VI. Tarım Kongresi, 09–12 Mayıs, Şanlıurfa, s.113–118
- EMEKLİ, G., 2005. Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm. Ege Üniversitesi Coğrafya Dergisi, 14: 99-107.
- EREL, A. S., 2006. Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Bölge Turizmine Etkisi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir Bölge Planlama Anabilim Dalı, Ankara, 120s.
- EREN, G., BİLGİÇ, A., KARLI, B., ve MİRAN, B., 2008. GAP Bölgesinde Kaliteli İçme Suyunun Fiyatlandırılmasına Etki Eden Faktörler. Tarım Ekonomisi Dergisi, 14 (2): 67–74.
- ERKAN, O., ve ÇİÇEK, A., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:12, Ders Notları Serisi No:6, Tokat, 118s.
- ERTEK, T., 2005. Mikroekonomiye Giriş (Basından Örneklerle). Beta Basım Yayım Dağıtım, ISBN: 975–295–253–4, İstanbul, 403s.
- GELETO, A. K., 2011. Contingent Valuation Technique: A Review of Literature. ISABB Journal of Health and Environmental Sciences Vol. 1(1), pp. 8–16 Available online at: <http://www.isabb.academicjournals.org/JHE>
- GÖMLEKSİZ, M. N., 2004. Kitap Okuma Alışkanlığına İlişkin Bir Tutum Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Fırat University Journal of Social Science, 14 (2): 185–195
- GREENE, W., 2008. Econometric Analysis. Prentice Hall, 7th Edition, USA, p463.

- GUJARATI, D. N., 2006. Temel Ekonometri. Literatür Yayınları: 33, İstanbul, 849s.
- GÜMÜŞ, T., 1994. Sosyal Fayda-Maliyet Analizi ve Bir Uygulama: Ankara Mamak Çöplüğü Rehabilitasyon Projesinin Olası Yararlarının Saptanması. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 209s.
- GÜR, M., 2009. Elazığ Çimento Fabrikasının Çevrede Meydana Getirdiği Dışsallıkların Analizi. Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 54s.
- GÜRLÜK, S., 2006. Manyas Gölü Ve Kuş Cenneti'nin Çevresel Değerlemesi Üzerine Bir Araştırma. Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 133s.
- GÜRLÜK, S., ve REHBER, E., 2009. Manyas Gölü'nün Çevresel Değerlemesi Üzerine Bir Araştırma. Tarım Ekonomisi Dergisi, 15 (1): 9- 15.
- GÜRLER, A. Z., 2008. Tarım Ekonomisi. Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No: 1271, ISBN: 978-605-395-067-7, İstanbul, 110s.
- HAAB, C.T., and MCCONNELL, E.K., 2002. Valuing Environmental and Natural Resources (The econometrics of Non- Market Valuation). Edward Elgar Publishing Limited, Glensanda House Montpellier Parade, Cheltenham, Glos GL50 UA, UK.
- HANLEY N. D., and RUFFEL, R. J., 1993. The Contingent Valuation of Forest Characteristics: Two Experiments. Journal of Agricultural Economics, 44 (2): 218-229s.
- HORASANLI, E., 2010. Application of Non-Market Economic Valuation Method to Value the Environmental Benefits of Geothermal Energy in Monetary Terms: A Case Study in Yozgat Province. A Thesis Submitted to the Graduate School of Natural and Applied Sciences of Middle East Technical University, Master of Science in Environmental Engineering, Ankara, 100p.
- HÖRNSTEN, L., and FREDMAN, P., 2000. On the Distance to Recreational Forests in Sweden. Landscape and Urban Planning 51: 1- 10.
- İMER, E., 1997. Non- Market Valuation Techniques Applied To Environmental Commodities For Pricing : A Case Study On Eymir. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 78s.
- İZGİ, M, T., 2007. Osmaniye İlinin Turizm Potansiyelinin Bölgesel Kalkınma Politikaları Açısından Değerlendirilmesi ve Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi İçin Bir Model Önerisi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 155s.
- KARAAĞAÇ, S., 2010. Tüketicilerin Fonksiyonel Gıdaları Kullanmaya ve Ödemeye Razı Oldukları Miktarı Etkileyen Faktörler: Antalya İli Örneği. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tokat, 73s.

- KARADABAĞ, R., 1997. Turizmin Bölge Kalkınmasına Katkısı ve Erzurum Örneği. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 113s.
- KARABAT, S., 2007. Manisa İli Bağ Alanlarında Kullanılan Tarımsal İlaçların Gıda Güvenliğine Etkisinin Koşullu Değerleme Yöntemiyle Analizi ve Üretici Duyarlılığının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir, 137s.
- KARAKAŞ, M., 2010. Urfa'nın Kültür ve İnançlar Serüveni. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, Şehir Kitaplığı Dizisi: 19, ISBN: 978-605-363-757-8.
- KAYA, G., Pazarı Olmayan Ürünler Çerçevesinde Orman Kaynaklarının Değerinin Belirlenmesi. İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, Ormancılık Ekonomisi Programı, Doktora Tezi, İstanbul, 279s.
- KAYA, G., 2011. Koşullu Değer Belirleme Araştırmalarında Yanılgı Kaynakları. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 13 (19): 25-50.
- KAYA, G., YILDIZ, Y., ŞALTU, Z., YAMAN, ve F., ATEŞOĞLU, İ., 2009. Koşullu Değer Belirleme Çalışmalarında Bilgi Kısıtının Aşılması İçin Bir Öneri: Yaban Hayatının Ekonomik Değerinin Belirlenmesi Örneği. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 11 (16): 45- 59.
- KENYON, W., and NEVİN, C., 2001. The Use of Economic and Participatory Approaches to Assess Forest Development : A Case Study in the Etttick Valley. Forest Policy and Economics, 3: 69- 80
- KHALİD, A., 2008. Non-Market Valuation Techniques. The Regional Training Workshop, Economic Valuation Of The Goods and Services Of Coastal Habitats, March 24- 28, Samut Songkram Province, Thailand.
- KNİIVİLA, M., 2004. Contingent Valuation and Cost-Benefit Analysis of Nature Conservation: A Case Study in North Karelia, Finland. Faculty of Forestry, University of Joensuu, Academic Dissertation, Finland, 69p.
- KURİYAMA, K., 1998. Measuring the Value of the Ecosystem in the Kushiro Wetland: An Empirical Study of Choice Experiments Forest Economics and Policy Working Paper # 9802, Department of Forest Science, Faculty of Agriculture, Hokkaido University.
- KUYUCUKLU, Nazif., 1998. Doğal Kaynaklar ve Çevre Ekonomisi. Filiz Kitapevi, İstanbul, 238s.
- KUTLAR, A., 2005. Uygulamalı Ekonometri. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 429s.
- KÜÇÜKASLAN, N., 2007. Özel İlgi Turizmi. Ekin Yayınevi, Bursa, 319s.
- LAZO, J.K., 1992. Can Contingent Valuation Measure Nonuse Values? American Journal of Agricultural Economics, 74 (5): 1126-1132.
- LOOMİS, J., and KENT, P., 2000. Measuring the Total Economic Value of Restoring Ecosystem Services in an Impaired River basin: Results from a Contingent Valuation Survey. Ecological Economics, 33: 103-117.

- MADDALA, G. S., 1989. Introduction To Econometrics. Macmillan Publishing Company, ISBN: 0-02-946046, New York, 472p.
- MITCHELL, R., and CARSON, R., 2005. Using Surveys to Value Public Goods- The Contingent Valuation Method. The John Hopkins University Press, USA.
- MİRAN, B., ve BAŞAR, H., 2009. Dilek Yarımadası- Büyük Menderes Deltası Milli Parkında Seyahat Maliyet Yöntemi İle Rekreatif Kullanım Değeri Belirleme. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, I. Ulusal Batı Karadeniz Ormancılık Kongresi Bildiriler Kitabı, ISSN: 1302- 0943, 1 (Özel Sayı): 179- 185.
- MÜDERRİSOĞLU, H., UZUN, S., ve AŞIKKUTLU, H.S., 2009. Rekreatif Ekolojisinde Etki Gözlem Yöntemleri. Bartın Ormancılık Fakültesi Dergisi, I. Ulusal Batı Karadeniz Ormancılık Kongresi Bildiriler Kitabı, ISSN: 1302- 0943, 1 (Özel Sayı): 193- 203.
- MÜDERRİSOĞLU, H., ÖZKAN AYDIN, Ş., ve DEMİR, Z., 2009. Su Kenarı Rekreatif Aktivitelerinde Kullanıcı Memnuniyetinin Belirlenmesi. Bartın Ormancılık Fakültesi Dergisi, I. Ulusal Batı Karadeniz Ormancılık Kongresi Bildiriler Kitabı, ISSN: 1302- 0943, 1 (Özel Sayı): 186- 192.
- OĞUZ, Ş., 2012. Turist Başına Gelir. <http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/oguz/2012/02/02/turist-basina-gelir>
- ORTAÇEŞME, V., ÖZKAN, B., ve KARAGÜZEL, O., 1997. Doğal Çevrenin Ekonomik Değeri Saptanmasında Kullanılan Yöntemler. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10: 249- 260.
- ORTAÇEŞME, V., ÖZKAN, B., ve KARAGÜZEL, O., 1999. Rekreatif Alanlarının Ekonomik Değeri Saptanmasında Seyahat Maliyeti Yönteminin Kullanımı. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 12 (1): 107- 120.
- ORTAÇEŞME, V., KARAGÜZEL, O., ve SAYAN, M. S., 2000. Rekreatif Planlamada Talebin Belirlenmesine Yönelik Ekonomik Modeller: Seyahat Maliyeti Yöntemi. TMMOB Peyzaj Mimarları Odası, Peyzaj Mimarlığı Kongresi.
- ORTAÇEŞME, V., ÖZKAN, B., ve KARAGÜZEL, O., 2002. An Estimation of The Recreational Use Value Of Kursunlu Waterfall Nature Park By The Individual Travel Cost Method. Turkish Journal Of Agriculture and Forestry, 26 (2002): 57- 62.
- ÖZER, H., 2004. Nitel Değişkenli Ekonometrik Modeller Teori ve Bir Uygulama. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 236s.
- ÖZDAMAR, M., 2011. Şanlıurfa'da Kültür Turizmi: Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acentaları İle Gelen Yerli Turistlerin Profilini Ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Mersin, 140s.

- ÖZSABUNCUOĞLU, İ. H., ve UYGUR, A., 2005. Doğal Kaynaklar Ekonomi, Yönetim ve Politika. İmaj Yayınevi, Ankara, 525s.
- ÖZKÖK, F. G., 2008. Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri. Ekin Yayınevi, Bursa, 120s.
- PEARCE, P. W., 1983. Cost-Benefit Analysis. Department of Economics University College. Macmillan Yayınları, Londra.
- PAK, M., ve TÜRKER, M. F., 2004. Orman Kaynağından Rekreatif Amaçlı Yararlanmanın Ekonomik Değerinin Koşullu Değerlendirme Yöntemi Yardımıyla Tahmin Edilmesi (Kapıçam Orman İçi Dinlenme Yeri Örneği) Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen ve Mühendislik Dergisi, 7 (1): 59- 65.
- PAK, M., ve TÜRKER, M. F., 2002. Orman Kaynağından Rekreatif Amaçlı Yararlanmanın Ekonomik Değerinin Tahmin Edilmesi ve Bu Değer Üzerinde Etkili Olan Değişkenler Üzerine Bir Araştırma (Doğu Akdeniz ve Doğu Karadeniz Bölgesi Orman İçi Dinlenme Yerleri Örneği), Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon, 291s.
- SCHULTZ, S., PINAZZO, J., and CIFUENTES, M., 1998. Opportunities and Limitations of Contingent Valuation Surveys to Determine National Park Entrance Fees: Evidence From Costa Rica. Environment and Development Economics, 3: 131–149.
- SEVÜKTEKİN, M., 2000. Ekonometrik Model Kurma Teknikleri. Uludağ Üniversitesi GÜçlendirme Vakfı Yayın No: 185, Bursa, 112s.
- ŞENESEN, Ü., 2007. İstatistik Sayıların Arkasını Anlamak. Literatür Yayınları: 128, ISBN: 975–04–0283–9, İstanbul, 400s.
- TALAY, İ., AKPINAR, N., ve BELKAYALI, N., 2010. Doğal Kaynakların Rekreatif ve Turizm Amaçlı Kullanımının Ekonomik Değerinin Tespiti: Göreme Tarihi Milli Parkı Örneği. Coğrafi Bilimler Dergisi 8(2): 137–146
- TANRIVERMİŞ, H., ve MÜLAYİM , G., 2005. Sanayinin Neden Olduğu Çevre Kirliliğinin Verdiği Zararların Değerinin Bıçılması: Samsun Gübre (TÜGSAŞ) ve Karadeniz Bakır (KBİ) Sanayileri Örneği. Turkish Journal of Agriculture and Forestry, 23: 337–345.
- TARI, R., 1999. Ekonometriye Giriş. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 403s.
- TAVŞANCIL, E., 2002. Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi Ankara: Nobel Yayınevi.
- TEZBAŞARAN, A., 2008. Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu. Türk Psikologlar Derneği Yayını, ISBN: 975–9756–08–5, Mersin, 51s.
- TOPRAK, L., 2008. Bölgeler Arası Kalkınma Farklılıklarını Gidermede Turizmin Rolü: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Malatya, 257s.
- TÜMAY, A., ve GÖNENÇ, İ.E., 2006. Fayda Analizi: Köyceğiz- Dalyan Su Havzasında Bir SDD Yöntemi Uygulaması. İtü Dergisi/d, 5 (3): 23- 29.

- TYRVAİNEN, L., and VAANANEN, H., 1998. The Economic Value of Urban Forest Amenities : An Application of Contingent Valuation Method. *Landscape and Urban Planning*. 43: 105- 118.
- UĞURLAR, A., 2006. Turizmin Yerel Ekonomiye Etkileri ve Sürdürülebilirliği; Van Örneği. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 259s.
- USLU, C., 2002. Adana Sofulu Çöp Depolama Alanı Örneğinde Faaliyet Sonrası Alternatif Kullanımların Toplumsal Fayda ve Maliyet Değerlendirmeleri. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana, 162s.
- UYGUR, S. M., 2009. Çiftlik Turizmi, Kırsal, Tarım ve Ekoturizminin Kavramsal Açıdan İrdelenmesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2009 (1): 143-166
- YANKAYA, U., ve ÇELİK, H. M., 2005. İzmir Metrosunun Konut Fiyatları Üzerindeki Etkilerinin Hedonik Fiyat Yöntemi İle Modellemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 20 (2): 61- 79.
- YAMANE, T., 2006. Temel Örnekleme Yöntemleri. Literatür Yayınları, İstanbul, 509s.
- YERSEL, M., 2010. Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı (2000 ve sonrası). Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu İktisadi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 99s.

ÖZGEÇMİŞ

10 Ağustos 1970 yılında Şanlıurfa’da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Şanlıurfa’da tamamladı. 1998 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünden mezun oldu. 1999 yılında askerlik hizmetini Malatya’da ulaştırma alayında yaptı. 2001 yılından itibaren Milli Eğitim Bakanlığına bağlı çeşitli okullarda İngilizce öğretmenliği yaptı. Yüksek lisansını Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında “Küreselleşme, Türkiye’nin Ekonomik Küreselleşmesi ve Krizleri” adlı tezi ile bitirdi. 2007 yılında Harran Üniversitesi Şanlıurfa Meslek Yüksekokuluna dış ticaret programına öğretim görevlisi olarak atandı. Halen bu programın başkanlığını yürütmektedir. 2008 yılında yine Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim dalında doktora öğrenimine başladı. Evli ve üç çocuk babası olup, İngilizce bilmektedir.

Q14. Your montly income

- A: (....) Less than \$ 1000 B: (....) \$ 1000 – 1500 C: (....) \$ 1500 – 2000
D: (....) \$ 2000 – 2500 E: (....) \$ 2500 – 3000 F: (....) \$ 3000- 3500
G: (....) \$ 3500 – 4000 H: (....) \$ 4000- 4500 I: (....) \$ 4500 – 5000
J: (....) \$ 5000 – 5500 K: (....) \$ 5500 – 6000 L: (....) More than \$ 6000

Q15. How much does it cost you to visit Şanlıurfa(from departure point to Şanlıurfa)

Q16. On average how much do you spend per vacation? \$.....

Q17. On average how many countries do you usually visit per year?.....

Q18. What is your annual average expenditure for your vocation? \$.....

Q19. Which type of transportations did you use to come to Şanlıurfa?

A: (....) By Plane B: (....) By Bus C: (....) Individual Otomobile D: (....) Other, please indicate:.....

Q20. How would you describe yourself in terms of visitors?

A) Frequent visitors B) Moderate visitors C) Other, please indicate.....

Part A: if you have already visited Şanlıurfa ancient Castle answer the following questions in Part A

Q21. Suppose that you are visiting Şanlıurfa for the first time in order to enjoy Şanlıurfa Ancient Castle. Entrance fee is determined as a \$.....by its administration. Are you willing to pay this amount?

A: (....) Yes B: (....) No

Q22. Suppose that local authorities have planned to improve your facilities (or utilities) at castle such as cafes, restaurants, hotels, picnic areas, swimming pool, information center, an elevator to visit castle and other facilities including landscaping. However, these new facilities and landscaping will definetly cost you more than the entrance fee to visit the castle. In this case, would you be willing to pay additional \$.....to operating authority (or company) for this proposed plan?

A: (....) Yes B: (....) No

Q23. If your answer to Q22 is “No”, please then indicate your least amount including \$ 0 (Zero) that you are willing to pay for improved facilities \$.....

24. If your answer to Q22 is “Yes”, please then indicate your maximum amount that you are willing to pay for the proposed improvement? \$.....

Part B if you have already visited Harran answer the following questions in Part B

Q25. Suppose that you are visiting Şanlıurfa for the first time in order to enjoy Harran. Entrance fee is determined as a \$.....by its administration. Are you willing to pay this amount?

A: (....) Yes B: (....) No

Q26. Suppose that local authorities have planned to improve your facilities (or utilities) at Harran such as night in a traditional tent, camel riding, Turkish bath, restaurants (traditional food serving), sanitation place, a traditional day in Harran as if you are a Harranian and other facilities including

landscaping. However, these new facilities and landscaping will definitely cost you more than the entrance fee to visit the Harran. In this case, would you be willing to pay additional \$.....to operating authority (or company) for this proposed plan?

A: (...) Yes

B: (...) No

Q27. If your answer to Q26 is “No”, please then indicate your least amount including \$ 0 (Zero) that you are willing to pay for improved facilities \$.....

Q28. If your answer to Q26 is “Yes”, please then indicate your maximum amount that you are willing to pay for the proposed improvement? \$

Part C If you have already visited Göbekli ancient Hill answer the following questions in Part C

Q29. Suppose that you are visiting Şanlıurfa for the first time in order to enjoy Şanlıurfa Ancient Gobekli Hill. Entrance fee is determined as a \$.....by its administration. Are you willing to pay this amount?

A: (...) Yes

B: (...) No

Q30. Suppose that local authorities have planned to improve your facilities at ancient Göbekli Hill such as showrooms, shopping center, traditional handicrafts, cafebar, bookstore and sanitation place, hotels, traditional food serving restaurants, information center and other facilities including landscaping. However, these new facilities and landscaping will definitely cost you more than the entrance fee to visit the Gobekli Hill. In this case, would you be willing to pay additional \$.....to operating authority (or company) for this proposed plan?

A: (...) Yes

B: (...) No

Q31. If your answer to Q30 is “No”, please then indicate your least amount including \$ 0 (Zero) that you are willing to pay for improved facilities \$.....

Q32. If your answer to Q30 is “Yes”, please then indicate your maximum amount that you are willing to pay for the proposed improvement? \$.....

Q33. Please tick the suitable part for your own opinion.

Items	Opinion	Absolutely Agree	Agree	Indifferent	Disagree	Absolutely Disagree
1	Historical monuments should be maintained.					
2	Şanlıurfa is an oldest ancient city in the World					
3	Şanlıurfa can be arranged an open museum.					
4	Accesses to historical monuments are satisfied parallel to qualities of facilities the city provides.					
5	Visitors should be taxed because of conservation of historical values.					
6	Awareness of cultural heritage should be protected and raised.					
7	Cultural heritage should be protected and transferred to future generations.					

8	Historical values of Şanlıurfa are well-known in international area.					
9	Historical values of Şanlıurfa are advertised well enough in international arena.					
10	To Access to cultural heritage have an enough infrastructure.					
11	Priority should be given to historical monuments during the preparation of city implementation plans.					
12	Visiting historical and touristic places are enjoyable.					
13	Travelling around historical area is boring.					
14	I research about the area before travelling					
15	I am curious about historical subjects.					
16	I travel to historical places to learn more about them.					
17	An international organization should be found and be responsible for protection of all historical sites all around the world.					
18	Historical sites has a great contribution to its country's economy in terms of attracting tourists.					
19	Historical sites are where they have an indispensable opportunity for socializing different ethnic people					

ÖZET

Bu çalışmanın ana materyalini, 2009 yılında Şanlıurfa'yı ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma materyali birincil ve ikincil veri kaynaklarından toplanmıştır. Birincil veriler yüz yüze görüşmeler yoluyla, ikincil veriler ise ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilmiştir. Bu çalışma bölgemizi ziyaret eden yabancı turistlerin Urfa kalesi, Harran ve Göbekli Tepe için giriş ücreti olarak ödeme istekliliklerinin tespiti amacıyla yapılmıştır. Buna bağlı olarak elde edilen sonuçların bölgemizdeki tarihi alanların kullanım değerlerini tespit ederek, alanın değerini arttırıcı, akılcı ve sürdürülebilir kullanımlarının belirlenmesine, bu kullanımlara bağlı olarak alana gelen ziyaretçi sayısında, dolayısıyla gelirden artış sağlanmasına, alandaki doğal ve kültürel yapının önemine dikkat çekilerek korunmasında ve gelecek kuşaklara aktarılmasında kullanılması öngörülmektedir.

Bu bağlamda araştırma kapsamında elde edilen veriler sorulan sorulara göre genel bir kodlama planı yapılarak Excel ortamına aktarıldı. Değişkenlerle ilgili ekonometrik model kuruldu ve LİMDEP ekonometri paket programı kullanılarak verilerin analizi yapıldı. Bu analizler yapılırken, çalışmamızda kullanılan probit ve tobit modellerinde ele alınan bağımsız (açıklayıcı) değişkenlerin açıklanan bağımlı değişken ödeme istekliliğiyle ne tür bir ilişkide olduğu katsayılar itibariyle açıklandı. Bağımsız değişkenler olarak cinsiyet, yaş, meslek, medeni durum, eğitim, aile büyüklüğü, çocuk sayısı, ziyaret sebebi, ziyaret maliyeti ve gelir gibi sosyo-demografik ve ekonomik parametreler kullanıldı. Ayrıca çalışmamızda yukarıda andığımız parametreleri tahmin etmek için En Çok Olabilirlik (MLM: Maksimum Likelihood Method) Yöntemi kullanıldı. Çalışmamızda oluşturduğumuz anket formunda bulunan soru tipi özelliğine göre ise İki Aşamalı Sıradan Ek Küçük Kareler (Two-Stage Least Squares, 2SLS) Yöntemi tercih edildi.

Sonuç olarak, ziyaretçilerin Şanlıurfa Kalesi için giriş ücreti olarak ödeme istekliliği miktarını ortalama 21.5 dolar olarak bulunmuştur. 2SLS modeli yardımı ile açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 23.04 dolardır. Harran Harabeleri için

ortalama ve açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarları sırasıyla 27 ve 28.94 dolar olarak tespit edilmiştir. Göbekli Tepe için ise probit modeli için ortalama ödeme istekliliği miktarı 25 olup, açığa çıkarılmış ödeme istekliliği miktarı ise 22.04 olarak tahmin edilmiştir.

Ayrıca yıllık olarak tarihi eserlere atfedilen ekonomik değerler de hesaplanmıştır. Buna bağlı olarak anılan yerlerin probit model sonucuna göre yıllık ekonomik değeri Urfa Kalesi için 896.550 dolar/yıl, Harran için 1.125.900 dolar/yıl, Göbekli Tepe için ise 1.042.500 dolar/yıl olarak tespit edilmiştir. 2SLS model sonuçlarına göre ilgili yerlerin yıllık ortalama faydaları ortaya konmuştur. Buna göre Urfa Kalesinin ortalama yıllık ekonomik değeri 960.768 dolar/yıl'dır. Harran için ise bu rakamlar sırasıyla 1.206.798 dolar/yıl'dır. Göbekli Tepenin ise yılda 919.068 dolar/yıl'lık fayda yaratacağı tahmin edilmiştir. Toplamda üç tarihi eserin ortalama yıllık gişe getirisi yaklaşık ise 3.086.634\$ olacaktır.

SUMMARY

The main material of this study, are foreign tourists who visited Sanliurfa in 2009. The research materials collected from the primary and secondary data sources. The primary data through face-to-face interviews, secondary data was obtained from the relevant institutions and organizations. This study conducted in order to determine willingness to pay for the entrance fee of foreign tourists who visit the region of Urfa Castle, Harran and Gobekli Tepe. Accordingly, the values of the results obtained by detecting the use of historical sites in our region, enhancing the value of the site, to determine the rational and sustainable use of these uses depending on the number of visitors to the area, thus providing revenue growth in the site, drawing attention to the importance of the protection of natural and cultural structure and future generations transfer is expected to be used.

In this context, the question based on the data obtained in this study made a general coding scheme was transferred to Excel. Variables of the econometric model were established and LIMDEP econometric program package is used for the data analysis. During this analysis, the probit and 2SLS models were used in this study dealt with the independent (explanatory) variables were described within the dependent variables were explained by the coefficients in order to explain what kind of relationship exist in willingness to pay. As independent variables the socio-demographic and economic parameters, such as gender, age, occupation, marital status, education, family size, number of children, and the reason for visiting, cost and income were used. In addition, for the above mentioned study, in order to estimate the parameters Maximum Likelihood (MLM: Maximum Likelihood Method) method was used. In this study, in the form of the survey question type created according to the nature of the additional ordinary Two-Stage Least Square (Two-Stage Least Squares, 2SLS) method was preferred.

As a result, the amount of willingness to pay an entrance fee for visitors Şanlıurfa Castle, was found to be an average of \$21.5. The amount of willingness to pay would be revealed with the help of 2SLS model is \$23.04. The average amount and revealed amount of payment of willingness to pay was found to be, respectively, 27 and 28.94 dollars for the ruins of Harran. The average willingness to pay for the probit model is estimated the amount of \$25 for Gobekli Tepe and the amount would be revealed in the willingness to pay was estimated to be \$22.04.

In addition, the estimated annual economic values attributed to historical monuments calculated, too. Accordingly, as a result of the aforementioned places, the annual economic value of probit model for Şanlıurfa Castle 896.550 dollars/year, to Harran 1.1259 million dollars/year, for Gobekli Tepe is 1.0425 million dollars/year, respectively. According to the 2SLS model, the average annual benefits related sites have been revealed. Accordingly, the average annual economic value of The Urfa Castle, 960.768 dollars /year. These figures to The Harran, respectively, of \$1.206.798/year. The Gobekli Tepe 919.068 dollars per year/year will create benefits were estimated. In total, the average annual rate of return in terms of entrance fee for these three historical places will be 3.086.634 dollars.