



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**YEREL KALKINMADA TURİZM SEKTÖRÜNÜN
ROLÜ VE BARTIN İLİ ÖRNEĞİ**

Hazırlayan
İlayda KILIÇOĞLU
İktisat Ana Bilim Dalı
İktisat Bilim Dalı
Yüksek Lisans

Temmuz – 2018



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**YEREL KALKINMADA TURİZM SEKTÖRÜNÜN ROLÜ VE BARTIN İLİ
ÖRNEĞİ**

Hazırlayan
İlayda KILIÇOĞLU

İktisat Ana Bilim Dalı
İktisat Bilim Dalı
Yüksek Lisans

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Zafer YILDIZ

KARAMAN – 2018



TEZ ONAY SAYFASI FORMU

Doküman No	FR-285
İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
Revizyon Tarihi	
Revizyon No	00
Sayfa No	1/1

YEREL KALKINMADA TURİZM SEKTÖRÜNÜN ROLÜ VE BARTIN İLİ ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 20.07.2018

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan : Prof. Dr. Murat KAYALAR

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Zafer YILDIZ

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Taner GÜNEY

İmzası

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 05.07.2018 tarihli ve 28/211 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Doç. Dr. İdris Nebi UYSAL



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, günümüzde dünyanın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinde olduğu kadar Türkiye’de de var olan bölgesel dengesizlikler ele alınmıştır. Bölgesel dengesizliğin giderilmesi açısından birçok turizm çeşidine sahip olan Türkiye’de turizm sektöründen yeterince faydalanılmadığı görülmektedir. Çalışmanın yapılmasında, Bartın ilinde yerel kalkınmanın sağlanmasında turizm sektörünün kullanılmasında bölgenin yeterli doğal ve kültürel kaynaklara sahip olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır.

Çalışma süresince, tez konumun belirlenmesinden bitişine kadar desteğini, emeğini ve sabrını benden hiç esirgemeyen çok kıymetli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Zafer YILDIZ’a, anket çalışmamda her türlü bilgisini, ilgisini ve zamanını benimle paylaşan sevgili hocam Öğr. Gör. Fatma SÖNMEZ ÇAKIR’a, çıkmaza girdiğimde bana yol gösteren ve motive eden Arş. Gör. Sinem ÇEKİÇ BOZYER’e canı gönülden teşekkürü bir borç bilirim.

Yine bu süreçte, hayatımın her alanında benden maddi ve manevi desteğini esirgemeyen, beni cesaretlendiren, her zaman yanımda olup bana rehber olan hayatımın en kıymetli insanı anneme, yardımlarından dolayı arkadaşlarım Fitnat FİDAN’a, Canan TAŞ’a ve Zafer BULUR’a ve son olarak benim için en kıymetli katkıyı sağlayan, kahrımı bıkmadan çekip tezimi bitirmemde beni her zaman motive eden, yüreklendiren, bana umut ışığı olan değerli Aytaç PEHLİVAN’a yürekten teşekkürü bir borç bilirim.

ÖZET

Dünyanın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de bölgelerarası gelişmişlik farklılıkları bulunmaktadır. Bölgesel kalkınma politikaları ile bölgelerdeki sosyo-ekonomik dengesizlikleri gidermek amaçlanmıştır. Turizm sektörü, gelire, istihdama ve ödemeler dengesine olan katkılarından dolayı önemli bir sektör haline gelmiştir. Özellikle tarım ve sanayi sektörünün yetersiz olduğu ve buna karşın zengin doğal ve kültürel potansiyele sahip bölgelerde önemli bir sektör konumunda olmuştur.

Bu tezin amacı, Bartın ilinin doğal, tarihi ve kültürel turizm potansiyellerinin, turizm çeşitlerinin belirlenmesi ve turizmin geliştirilmesiyle ekonomik kalkınmada turizm sektörünün rolünü incelemek ve Bartın’ın mevcut potansiyellerini göstermeye çalışarak bu potansiyellerin kullanılabilir olup olmadığını ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmanın başında; kalkınma kavramı ve kalkınma türleri açıklanarak yerel kalkınma kavramının önemi ve etkileri üzerinde durulmuştur. Bölgesel dengesizlik sorunlarına yer verilmiş ardından kalkınma planlarında Türkiye’de kalkınma stratejilerine değinilmiştir. Daha sonra; turizm ve yerel kalkınma arasındaki ilişki incelenerek turizm sektörünün yerel kalkınmadaki rolü açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci ve üçüncü aşamalarında; Bartın ilinin ekonomik ve sosyal analizleri ile turizm potansiyeli incelenmiş ve sonrasında turizmin yerel kalkınmaya olumlu ve olumsuz etkileri irdelenerek turizmin bölgesel gelişme farklılıkların giderilmesi üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Son olarak da tezin amacı doğrultusunda, Bartın ili halkı ile anket çalışması uygulanmıştır. Bu anket çalışması ile Bartın halkının turizm sektörüne karşı tutumu, bölge turizmi ve turizmin bölge ekonomisine katkısı ölçülmeye çalışılmıştır. Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 18 paket programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Kalkınma; Turizm Sektörü; Bartın

ABSTRACT

There are distinct cross-regional differences in Turkey as seen in other developed and developing countries. Regional development policies intend to overcome socioeconomic instabilities. Tourism have become one of the most important sectors due to its contributions to income, employment and payments in countries where agricultural and industrial developments are insufficient despite of the rich nature and culture.

The aim of this thesis is to study the natural, historical and cultural tourism potential of Bartın, understand the role of the tourism in the economic development, and reveal the possible tourism activities which would have impact on the economic development.

First of all, the development concept and categories are explained to emphasize the importance of local improvements. The local instability issues and their impacts on the Turkey's development strategies are discussed. Also, the relationship between the tourism and the local development is analyzed to explain the main role of tourism in the local economic improvements. In the second and third chapter of the thesis, the positive and negative impacts of tourism on the local development are reviewed by studying the economic and social analysis of Bartın within potentials in tourism.

Lastly, a questionnaire is being designed for the locals of Bartın to understand the manner of the public against the tourism, local tourism and the impact of local tourism on the economic development. The data obtained by the questionnaire is analyzed by SPSS 18 program.

Keywords: regional development, tourism, Bartın

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
EKLER LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ.....	1

I. BÖLÜM

YEREL KALKINMA.....	5
I.1. Kalkınma Kavramı ve Türleri.....	5
I.1.1. Kalkınma Kavramı.....	5
I.1.2. Kalkınma Türleri.....	8
I.1.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma.....	8
I.1.2.2. Bölgesel Kalkınma.....	9
I.1.2.3. Toplumsal Kalkınma.....	10
I.1.2.4. Yerel Kalkınma.....	11
I.2. Bölgesel Dengesizlik Kavramı.....	13
I.2.1. Bölgesel Dengesizliğin Ortaya Çıkış Sebepleri.....	14
I.2.2. Bölgesel Dengesizlik Çeşitleri.....	16
I.2.2.1. Doğal ve Coğrafi Dengesizlik.....	16
I.2.2.2. Ekonomik ve Fonksiyonel Dengesizlik.....	17
I.2.2.3. Sosyal ve Kültürel Dengesizlik.....	18
I.3. Kalkınma Modelleri.....	18
I.3.1. Dengeli Kalkınma Modelleri.....	18

I.3.1.1. Rosenstein-Rodan Modeli Dengeli Kalkınma.....	19
I.3.1.2. Nurkse Modeli Dengeli Kalkınma.....	20
I.3.2. Dengesiz Kalkınma Modelleri.....	20
I.3.2.1. Hirschman Modeli Dengesiz Kalkınma.....	21
I.3.2.2. Perroux'un Kalkınma Kutupları Teorisi.....	22
I.4. Kalkınma Planlarında Turizm.....	23
I.4.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	24
I.4.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	26
I.4.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	27
I.4.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	29
I.4.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	30
I.4.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	31
I.4.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	33
I.4.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	34
I.4.9. Dokuzuncu Kalkınma Planı.....	35
I.4.10. Onuncu Kalkınma Planı.....	37
I.5. Yerel Kalkınmanın Temel İlkeleri ve Alanları.....	38
I.5.1. Yerel Ekonomik Kalkınmanın Amaçları.....	39
I.5.2. Yerel Ekonomik Kalkınmanın Araçları.....	41
I.6. Turizm ve Yerel Kalkınma İlişkisi.....	43
I.6.1. Turizmin Yerel Kalkınmadaki Rolü	44

II. BÖLÜM

BARTIN'IN EKONOMİK VE SOSYAL ANALİZİ.....	46
II.1. Sosyal Analiz.....	46
II.1.1. Coğrafi Özellikleri.....	46

II.1.1.1. İklim ve Bitki Örtüsü.....	48
II.1.1.1.1. İklim.....	48
II.1.1.1.2. Bitki Örtüsü (Florası).....	49
II.1.1.2. Ulaşım.....	50
II.1.1.2.1. Karayolu.....	50
II.1.1.2.1. Denizyolu.....	51
II.1.1.2.1.1. Bartın Limanı.....	51
II.1.1.2.1.2. Amasra Limanı.....	53
II.1.1.2.1.3. Akkonak Limanı.....	54
II.1.1.2.1.4. Kurucaşile Balıkçı Barınağı.....	54
II.1.1.2.1.5. Tarlaağzı Balıkçı Barınağı.....	54
II.1.1.2.1.6. Tekkeönü Balıkçı Barınağı.....	54
II.1.1.2.2. Demiryolu.....	55
II.1.1.2.3. Havayolu.....	55
II.1.2. Nüfus ve İdari Durum.....	55
II.1.2.1. Nüfus Durumu.....	55
II.1.2.2. İdari Durum.....	55
II.1.3. Üniversite.....	57
II.2. Ekonomik Alan.....	59
II.2.1 Temel Geçim Kaynakları.....	59
II.2.3. Değerlendirilebilir Kaynaklar.....	61

III. BÖLÜM

BARTIN'DA ÖNCÜ SEKTÖR KRİTERİ.....	68
III.1. Turizmin Tanımı ve Türleri.....	68
III.1.1. Turizmin Tanımı.....	68
III.1.2. Turizmin Türleri.....	71

III.1.2.1. Deniz ve Yat Turizmi.....	71
III.1.2.2. Sağlık Turizmi.....	72
III.1.2.3. Kongre Turizmi.....	73
III.1.2.4. İnanç Turizmi.....	74
III.1.2.5. Mağara Turizmi.....	75
III.1.2.6. Kış ve Dağ Turizmi.....	75
III.1.2.7. Yayla Turizmi.....	76
III.1.2.8. Tarih Turizmi.....	76
III.1.2.9. Kültür Turizmi.....	76
III.2. Bartın ve Çevresinin Alternatif Turizm Potansiyeli.....	77
III.2.1. Bartın ve Çevresinin Tarihçesi.....	77
III.2.2. Bartın'ın Turizm Olanakları.....	78
III.3. Turizm Arzı ve Turizm Talebi.....	82
III.3.1. Turizm Arzı.....	82
III.3.1.1. Turizm Arzının Özellikleri.....	84
III.3.1.2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler.....	86
III.3.1.2.1. Çekicilik.....	86
III.3.1.2.2. Etkinlikler.....	87
III.3.1.2.3. Yerli Halkın Turizme Tutumu.....	87
III.3.1.2.4. Ulaşılabilirlik.....	88
III.3.1.2.5. Altyapı ve Üstyapı Olanakları.....	89
III.3.2. Turizm Talebi.....	90
III.3.2.1. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	90
III.3.2.1.1. Ekonomik Faktörler.....	91
III.3.2.1.2. Sosyal Faktörler.....	92
III.3.2.1.3. Politik Faktörler.....	93

III.3.2.1.4. Psikolojik Faktörler.....	93
III.4. Turizm ve Kalkınma İlişkisi.....	93
III.5. Turizmin Etkileri.....	95
III.5.1. Turizmin Yerel Kalkınmaya Olumlu Etkileri.....	97
III.5.2. Turizmin Yerel Kalkınmaya Olumsuz Etkileri.....	98
III.6. Turizmin Bölgesel Gelişme Farklılıklarının Giderilmesi Üzerindeki Etkisi.....	99

IV. BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN YEREL KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BARTIN İLİ UYGULAMASI.....	101
IV.1. Araştırmanın Amacı.....	101
IV.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi.....	101
IV.3. Analiz ve Bulgular.....	103
IV.3.1. Güvenirlilik Analizi.....	103
IV.3.2. Demografik Verilerin Dağılımları.....	104
IV.3.3. İstatistiksel Analiz ve Bulgular.....	108
IV.3.3.1. Bartın İlinde Turizmin Gelişmesinin Bölge Ekonomisine Etkileri Hakkındaki Düşüncelere Yönelik Veriler.....	108
IV.3.3.2. Bartın İlinde Turistik Talebin Analizine Yönelik Veriler.....	117
IV.3.3.3. Bartın İlinde Turizmin Gelişmesi Açısından Avantaj ve Dezavantajları Analizine Yönelik Veriler.....	123
IV.3.3.4. Bartın İlinde Turizm Gelişirse Avantaj ve Dezavantajları Analizine Yönelik Veriler.....	128
IV.3.3.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	135
IV.3.3.6. Hipotezlerin Sınanması ve Yorumlanması.....	141
IV.3.5.7. Korelasyonlar.....	204
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	212
KAYNAKÇA.....	217

TABLolar LİSTESİ

Tablo1:YerelEkonomik Kalkınma Yaklaşımının Aşamaları.....	42
Tablo 2 Komşu İllere Olan Uzaklık.....	47
Tablo 3: İlçelere Olan Uzaklık.....	47
Tablo 4: İlde Ölçülen Bazı Meteorolojik Veriler (1964-2016).....	49
Tablo 5: Bartın Merkez İlçenin Diğer İlçelere Ve Bazı İllere Uzaklığı.....	51
Tablo 6: Yük Çeşitleri.....	52
Tablo 7: Limana Gelen Gemi Sayısı.....	52
Tablo 8: Bartın Limanı Yükleme Boşaltma Durumu (Ton)	53
Tablo 9: Bartın İli Genel Nüfus Durumu.....	56
Tablo 10: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Fakültelerde Kayıtlı Öğrenci Sayısı.....	58
Tablo 11: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Meslek Yüksekokullarındaki Öğrenci Sayısı.....	58
Tablo 12: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Enstitülerde Kayıtlı Öğrenci Sayısı.....	58
Tablo 13: Bartın İli İhracat ve İthalat Tutarları.....	60
Tablo 14: Bartın Limanı İhracat ve İthalat Durumu.....	60
Tablo 15: Bankacılık.....	61
Tablo 16: Konaklama Olanakları (İldeki Tesisler ve Yatak Kapasiteleri).....	66
Tablo 17: Bartın İline Gelen Turist Sayısı.....	67
Tablo 18: Farklı Turizm Tarzları ve Turizm Faaliyetlerinin Aşamaları.....	70
Tablo 19: Bartın İlinin Doğal ve Kültürel Mirasları.....	79
Tablo 20: $\alpha= 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri.....	102
Tablo 21: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı.....	105
Tablo 22: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	105

Tablo 23: Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımları.....	106
Tablo 24: Katılımcıların Hanehalkı Gelirlerine Göre Dağılımı.....	106
Tablo 25: Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı.....	107
Tablo 26: Katılımcıların Çocuk Sahipliğine Göre Dağılımı.....	107
Tablo 27: Katılımcıların Mesleklere Göre Dağılımı.....	108
Tablo 28: Katılımcıların Bölgeye Yabancı Sermaye Girişini Arttırır Düşüncesi.....	109
Tablo 29: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Yatırım Artışı Sağlar Düşüncesi.....	109
Tablo 30: Katılımcıların Bölgede Kişi Başına Düşen Gelir Artar Düşüncesi.....	110
Tablo 31: Katılımcıların Yeni İstihdam Olanakları Sağlar Düşüncesi.....	111
Tablo 32: Katılımcıların Bölgede Alt ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar Düşüncesi.....	112
Tablo 33: Katılımcıların Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesini Sağlar Düşüncesi.....	113
Tablo 34: Katılımcıların Bölgenin Diğer Bölgelerle Arasındaki Gelişmişlik Farklarını Azaltır Düşüncesi.....	113
Tablo 35: Katılımcıların Kültürlerarası Etkileşimi Artırarak Bölgenin Sosyal Açından Gelişmeini Sağlar Düşüncesi.....	114
Tablo 36: Katılımcıların Doğal Alanların ve Tarihi Turistik Mekânların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır Düşüncesi.....	115
Tablo 37: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Çevre Bilincini Artırır Düşüncesi.....	116
Tablo 38: Katılımcıların Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	117
Tablo 39: Katılımcıların Ulaşım İmkanları Geliştirilirse Talep Artar Düşüncesi.....	118
Tablo 40: Katılımcıların Altyapı İmkanları Geliştirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	118
Tablo 41: Katılımcıların Turistlere Yönelik Eğlence İmkanları Geliştirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	119

Tablo 42: Katılımcıların Konaklanacak Tesis Artırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	120
Tablo 43: Katılımcıların Nitelikli Personel Sayısı Artırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	120
Tablo 44: Katılımcıların Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	121
Tablo 45: Katılımcıların Bölgedeki Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır Düşüncesi.....	122
Tablo 46: Katılımcıların Bölgedeki Halkın Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	122
Tablo 47: Katılımcıların Bartın İlinde Çarpık Kentleşme ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi.....	123
Tablo 48: Katılımcıların Bartın İlinin Zengin Tarihi ve Kültürel Değerlere Sahip Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi.....	124
Tablo 49: Katılımcıların Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi.....	125
Tablo 50: Katılımcıların Bölgedeki Turizm Yatırımlarının Yetersiz Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi.....	126
Tablo 51: Katılımcıların Bartın İlindeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi.....	126
Tablo 52: Katılımcıların Bölgenin Yeterince Tanınmamış Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi.....	127
Tablo 53: Katılımcıların Bölge Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi.....	128

Tablo 54: Katılımcıların Gıda Fiyatları Yükselir Düşüncesi.....	129
Tablo 55: Katılımcıların Kira ve Ev Fiyatları Yükselir Düşüncesi.....	130
Tablo 56: Katılımcıların Eğitim Sektörünü Olumlu Etkiler Düşüncesi.....	131
Tablo 57: Katılımcıların Trafik Sorunu Artar Düşüncesi.....	131
Tablo 58: Katılımcıların Çevre Kirliliği Artar Düşüncesi.....	132
Tablo 59: Katılımcıların Suç Oranı Artar Düşüncesi.....	133
Tablo 60: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Göç Artar Düşüncesi.....	133
Tablo 61: Katılımcıların Kültürel Yapı Bozulur Düşüncesi.....	134
Tablo 62: Bölgedeki Turizm Yatırımlarının Yetersiz Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır	142
Tablo 63: Bölgedeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır.....	143
Tablo 64: Bartın İlinde Turizmin Gelişmesi Bölgede Alt Ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar.....	145
Tablo 65: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Gıda Fiyatları Yükselir.....	146
Tablo 66: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Kira ve Ev Fiyatları Yükselir.....	147
Tablo 67: Bartın İlinde Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar.....	149
Tablo 68: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Eğitim Sektörünü Olumlu Etkiler.....	150
Tablo 69: Bartın İlinde Turizm Bölge Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar.....	151
Tablo 70: Turizmin Gelişmesi Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesine Katkı Sağlar....	153
Tablo 71: Turizmin Gelişmesi Doğal Alanların ve Tarihi Turistik Mekanların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır.....	154
Tablo 72: Turizmin Gelişmesi Bölgede Yeni İstihdam Olanakları Sağlar.....	156

Tablo 73: Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar.....	157
Tablo 74: Alt Yapı Olanakları Geliştirilirse Turistik Talep Artar.....	158
Tablo 75: Ulaşım İmkânları Geliştirilirse Turistik Talep Artar.....	160
Tablo 76: Turistlere Yönelik Eğlence Olanakları Geliştirilirse Turistik Talep Artar.....	161
Tablo 77: Konaklanacak Tesis Artırılırsa Turistik Talep Artar.....	162
Tablo 78: Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır.....	164
Tablo 79: Nitelikli Personel Sayısı Artırılırsa Turistik Talep Artar.....	165
Tablo 80: Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar.....	166
Tablo 81: Bölgedeki Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır.....	168
Tablo 82: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Kültürel Yapı Bozulur.....	169
Tablo 83: Turizmin Bölge Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar.....	170
Tablo 84: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Çarpık Kentleşme Ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır.....	172
Tablo 85: Turizm Gelişirse Bölgede Kira ve Ev Fiyatları Yükselir.....	173
Tablo 86: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yabancı Sermaye Girişini Artırır.....	175
Tablo 87: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yönelik Yatırım Artışını Sağlar.....	176
Tablo 88: Bartın İlinde Alt Yapı Olanakları Geliştirilirse Turistik Talep Artar.....	177
Tablo 89: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Kişi Başına Düşen Milli Geliri Artırır.....	178
Tablo 90: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Yeni İstihdam Olanakları Sağlar.....	180
Tablo 91: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Alt ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar.....	181
Tablo 92: Bölgedeki Turizm Yatırımlarının Yetersiz Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır.....	182

Tablo 93: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesine Katkı Sağlar.....	183
Tablo 94: Turizmin Gelişmesinin Bölgenin Diğer Bölgelerle Arasındaki Gelişmişlik Farklarını Azaltır	185
Tablo 95: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Bölgeye Yönelik Göç Artar.....	186
Tablo 96: Turizmin Gelişmesinin Kültürlerarası Etkileşimi Artırarak Bölgenin Sosyal Açıdan Gelişmesini Sağlar.....	187
Tablo 97: Turizmin Gelişmesinin Doğal Alanların Ve Tarihi Turistik Mekânların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır.....	189
Tablo 98: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yönelik Çevre Bilincini Artırır.....	190
Tablo 99: Ulaşım İmkânları Geliştirilirse Turistik Talep Artar.....	191
Tablo 100: Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar.....	193
Tablo 101: Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır.....	194
Tablo 102: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Çarpık Kentleşme Ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır.....	195
Tablo 103: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır.....	197
Tablo 104: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgedeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır.....	198
Tablo 105: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgenin Yeterince Tanınmamış Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır.....	200
Tablo 106: Turizm Gelişirse Gıda Fiyatları Yükselir.....	201
Tablo 107: Turizm Gelişirse Kira ve Ev Fiyatları Yükselir.....	202

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Bartın İli Konum Haritası.....	46
Şekil 2: Kuşkayası Yol Anıtı.....	62
Şekil 3: Bartın İnkum Plajı.....	63
Şekil 4: Bartın Irmağı.....	64
Şekil 5: Bartın Gezen Yaylası.....	65
Şekil 6: Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Sayıları.....	66



EKLER LİSTESİ

EKLER-1	237
EKLER-2	240
Foto 1: a- Arıt Havzası	b- Ulus Havzası.....240
Foto 2: a- Arıt havzası	b- Kozcağz – Kumluca Platoları.....240
Foto 3: a- Arıt vadisi	b- Ulus vadisi.....241
Foto 4: a- Uluyayla	b- Kumluca.....241
Foto 5: a- Uluyayla Mağarası (Ulus)	b- Gürcüoluk Mağarası.....242
Foto 6: a- Kurucaşile plajı	b- İnkum plajı.....242
Foto 7: a- Amasra Kalesi	b- Tarihi evler.....241
Foto 8: a- Aya Nikolas kilisesi	b- Ebu Derda Türbesi.....241
Foto 9: a- Bartın Tel Kırma	b- Amasra Çekiciler Çarşısı.....244
Foto 10: a- Ulus Ulukaya Şelalesi	b- Kumluca Aksu Şelalesi.....244
Foto 11: a- Amasra Tavşan Adası	b- Amasra.....245

GİRİŞ

Toplumların gelişmesine paralel olarak kalkınma kavramı ile farklı dönemlerde çeşitli anlamlarla ifade edilmiş, hatta aynı dönem içerisinde bile farklı anlamlarda kullanıldığı da olmuştur. Kavram, kimi zaman da eş anlamlara gelen sanayileşme, modernleşme, gelişme, ilerleme ve büyüme gibi kavramlarla iç içe geçmiş, birbirlerinin yerine kullanılmış ve bu sebeple anlamında karmaşaya sebep olmuştur.

Kalkınmada mekân kavramı önemli bir yere sahip olmakta ve bölgesel kalkınma olgusunun temelini oluşturmaktadır. Her bir bölgenin ihtiyaçları farklılık göstermesinden dolayı bütüne yönelik çabalar uzun dönemde kalkınma açısından verimli sonuçlar vermemiştir. Bölgesel kalkınma kavramının önemi tam da bu noktada öne çıkmaya başlamıştır. Mekânın ana faktör olması, yalnızca ortak fiziki alan anlamı taşımamaktadır. Bu alanda yaşayan insanların diğer alanlara göre daha çok ortak sosyal ve kültürel özelliklere sahip olması mekânsal birliktelik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir ülkenin ekonomik olarak gelişmesi hiçbir zaman ülkenin tüm bölgelerinde aynı zamanda ve hızda başlamamıştır. Coğrafi yapısı, sermaye birikimi, nüfusu, eğitim düzeyi, beşerî sermaye gibi zengin kaynakları olan bölgeler, diğer bölgelere göre ekonomik ve sosyal yönlerden daha önce ve hızlı kalkınmışlardır.

Günümüzde dünya ekonomisinin en belirgin özelliklerinden birisi olan bölgelerarası gelişmişlik farklılıkları dikkati üzerine çekmektedir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan hemen her ülkede var olan bölgelerarası dengesizlik sorununun giderilmesi için yapılan çalışmaların ekonomi literatürüne bölgesel kalkınma kavramı olarak yer almasının II. Dünya savaşı sonrasında olduğu bilinmektedir. Ülkeler arasında veya bir ülkenin kendi içerisindeki sahip olduğu çeşitli kaynakların dengeli bir şekilde dağılmaması birtakım sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Özellikle nitelikli işgücünün ve sermayenin dengesiz bir şekilde belirli bölgelerde toplanması ile bölgesel gelişimi sağlamak daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Söz konusu farklılaşma, teknolojinin hızlı bir şekilde ilerlemesi ile paralel olarak dinamik bir yapısı olan sanayileşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaşanan bölgelerarası dengesizlik, ülkemizin sınırları içerisinde de görülmektedir. Bu sorunu da yerel kalkınma ile gidermek mümkün olacaktır. Kalkınma açısından oldukça büyük önem taşıyan turizm sektörü hem ulusal hem bölgesel hem de yerel ölçekte değerlendirilmesi dengeli bir kalkınma için büyük önem taşımaktadır.

Yerel kalkınmada turizmin etkisi her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Turizm, gelişmiş ekonomilerde önemli bir sektör olarak yer alırken, gelişmekte olan ekonomilerde, turizm potansiyeline sahip olan bölgelerin kalkındırılmasında kalkınmayı hızlandırıcı ve tamamlayıcı etkileri dikkat çekmiştir. Bölgelerarası farklılıkların ortadan kaldırılmasında turizmin rolü, tarım ve sanayi sektörlerinde yeterli kaynak ve gelişim fırsatı olmadığı halde, turizm kaynakları yönünden zengin potansiyele sahip bölgelerin planlı bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde gelişmeleri ve kalkındırılmaları olanağı elde etmiş olacaktır.

Dünya Turizm Örgütünün öngörülerine göre, 20 yıl içerisinde turizm sektörü, en hızlı büyümeyi gösterecek ve gelişimini sürdürecektir. Turizm gelirinin 2020 yılında 2 trilyon dolar olacağı öngörülmektedir. Özellikle Türkiye gibi zengin turistik arz potansiyeline sahip ülkeler için turizm sektörü büyük bir gelir kaynağıdır.

Turizm sektörü neredeyse tüm sektörleri olumlu açıdan etkileyen bir sektördür. İstihdam üzerindeki etkisi, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesindeki etkisi, milli gelire

etkisi, ödemeler dengesine etkisi ve sosyo-kültürel etkileri açısından turizm faaliyetleri, bu alanda bakanlıkların kurslar açmasına, meslek okullarının kurulmasına ve üniversitelerde bölüm hatta fakülteler kurulmasına neden olmuştur. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi, geri kalmış bölgelerin kalkınması için önemli bir ekonomik kalkınma aracı haline gelmiştir.

Dünyadaki gelişmelerle birlikte turizm anlayışı da değişerek, deniz-kum-güneş üçlemesi olan turizme olan ilgi yerini, doğa ile bütünleşmiş, değişik kültürler tanımış, gelecek kuşakları göz önünde bulunduran, çevreye duyarlı turizm hareketlerine olan ilgiye bırakmaya başlamış ve alternatif turizm olarak adlandırılan turizm çeşitlerine ilgi duyulmaya başlanmıştır.

Bu tezin amacı, yerel kalkınmada turizm sektörünün ekonomik yönden önemini incelemek ve Bartın ilinde turizm sektörünün yerel kalkınmadaki katkısını ortaya koymaktır. Genel olarak elde edilen bulgular sektörün, ekonomik büyüme ile kalkınmaya katkı sağladığını göstermektedir.

Çalışmamız dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kalkınma kavramı, kalkınma türleri, kalkınma planlarında Türkiye’de kentleşme politikaları ve kalkınma planları incelenmektedir.

İkinci bölümde, Bartın’ın ekonomik ve sosyal analizi yapılarak, coğrafi özellikleri, iklim ve bitki örtüsü, ulaşım, nüfus ve idari durum, temel geçim kaynakları ve turizm potansiyeli incelenmektedir.

Üçüncü bölümde, genel olarak turizm kavramı, turizmin türleri, Bartın ve çevresinin tarihçesi ve turizm olanakları, turizmin yerel kalkınmadaki rolü, turizmin etkileri incelenmektedir.

Dördüncü bölümde ise, çalışma alanı Bartın ilinde yerel kalkınmanın sağlanmasında turizmin etkisini belirlemek amacıyla araştırmanın yöntem ve kapsamı doğrultusunda Bartın ili halkıyla anket çalışması uygulanarak elde edilen verilerden yola çıkılarak sonuçlar değerlendirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL KALKINMA

I.1. Kalkınma Kavramı ve Türleri

I.1.1. Kalkınma Kavramı

“Büyüme” bir ülkenin veya bir bölgenin ekonomisi ile ilgili sayısal verilerindeki artışı ifade eder. Örneğin; bir ülkenin milli gelirindeki bir artış, büyümeye yönelik bir artıştır. Ancak kişi başına düşen milli gelir üzerindeki sayısal artışlar, o ülkenin kalkınmış olduğunu ifade etmemektedir. Bazen rakamlar artar fakat bu artan rakamlar kalkınma anlamına gelmemektedir. Çünkü kalkınma yapısal bir sonuçtur.

Kalkınma; yatırımların artması, üretimdeki verimliliğin yükselmesi anlamına gelmektedir. Kalkınmanın özünde, insana yapılan yatırımlar ve genel olarak yaşam kalitesinin artması yer almaktadır. Kalkınmadan söz edebilmek için, okur-yazarlık oranının artması, eğitilmiş ve kalifiye işgücünün artması, nüfusun sosyal güvence altında olması, kültürel zenginlik ve çevre bilincinin oluşması gerekmektedir. Bu bağlamda genel olarak ifade edilecek olursa büyüme olmadan kalkınma gerçekleşmemektedir. Ancak her büyüme kalkınma demek değildir.

Toplumların kalkınma, gelişme ve büyüme arayışları insanlığın ortaya çıkmasından itibaren var olmuştur. Modern anlamda gelişmiş ve az gelişmiş ülke ayrımının başlangıç noktası sanayi devrimine dayanmakta ve bu zaman zarfında ortaya çıkan sosyal, siyasal ve iktisadî gelişmelerle birlikte açıklanmaya çalışılmaktadır.

Ülkeler, gerek yer aldıkları jeopolitik konumları ile gerekse doğal kaynaklara yakınlık ve uzaklıkları nedeniyle gelişmelerinde farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların

oluşmasının asıl nedeni; iktisat tarihini de ikiye ayıran “Sanayi Devrimi” dir (Burtan, 2011:52).

Kalkınma kavramı, kendine benzer anlamlara gelen sanayileşme, modernleşme, ilerleme, büyüme ve yapısal değişme gibi kavramlarla bütünleşmiş, bu terimlerin yerine kullanılmış ve doğal olarak bu durum kalkınma kavramında bir anlam karışıklığına yol açmıştır.

İktisadi kalkınma; belirli bir dönemde üretim faktörlerinin birim başına verimliliğinin sürekli artması ve bir ülkedeki kişi başına gerçek gayri safi milli hasılasında (GSMH) veya gelirinde artışların olduğu bir süreçtir. Bu tanım iktisadi büyüme yaklaşımından elde edilen fakat iktisadi kalkınmanın belirlenmesinde basamak olan bir başlangıç noktasıdır (Başkurt, Zengin ve Es, 2014: 98).

Ülke ekonomisinin nüfus, işgücü, toprak ve diğer üretim faktörlerinde gerçekleşen artışlara büyüme denmektedir. Kalkınma ya da gelişme ise, ekonominin bünye ve çatısında meydana gelen değişimleri ifade etmektedir (Dülgeroğlu, 2003:9).

Genel bir tanımla kalkınma, bir ulusun istenilen şekilde ekonomik gelişme sürecini ortaya koyabilmesi amacıyla, ulusal ekonomiyi bir bütün halinde düzenlenmesidir. Daha geniş kapsamda kalkınma kavramı, bir toplumda siyasal, toplumsal ve ekonomik alanlarda arzu edilen her türlü değişim ve gelişim olarak tanımlanabilir. Tarihsel olarak kalkınma ise; az gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan büyük ölçüde beşerî sorunların azaltılması ve maddi refah seviyesini arttırmaya dair mevcut potansiyelin harekete geçirilmesi anlamına gelmektedir. Kalkınma, ülkelerin ulaşmaya çalıştığı bir hedef ve aynı zamanda nedensel ilişkileri kapsayan bir süreçtir (Ingham, 1995: 33).

Kalkınma, toplumsal değişim bakımından önemli etkisi olan faktörlerin etkinliklerine göre içeriği şekillenmekte ve toplumsal değişmelerin neden ve sonuçlarını

analiz eden iktisatçı, sosyolog ve tarihçilere göre farklı bakış açılarıyla yorumlanmaktadır. Örneğin, Marks kalkınmayı tarihsel koşullardaki değişimlerle yorumlarken, Milner dönemin hükümet faaliyeti olarak yorumlamaktadır (Yavillioğlu, 2002: 60). Oysaki kalkınma her bir ayrı parçaların birleştiği bir bütündür. Kalkınma teorisi, ekonomik faaliyetlerle ilişkili olduğu kadar sosyal, psikolojik, kültürel ve politik faktörlerle de ilişkilidir. Ancak özellikle iktisadi açıdan kalkınma ve büyüme kavramları İkinci Dünya Savaşı'nın bitişinden bugüne kadar olan zaman zarfında en çok tartışma konularından biri olarak yer almıştır (Aktakas, 2006: 3).

Kalkınma kavramının kapsamlı olarak incelenmeye başlandığı İkinci Dünya Savaşı sonrası döneminde gelişmiş ülkelerin tarihsel tecrübelerinden elde edilen dersler, kalkınmanın büyük oranda bir fiziki sermaye birikimine dayalı olarak algılandığını göstermiştir. Bu bağlamda, gelişmekte olan ülkeler sermaye birikimi sürecini ve buna bağlı olarak iktisadi büyümeye hız kazandıracak kalkınma politikaları üzerinde yoğunlaşmış, 1950 ve 1960'lar gelişmiş ülkelerin beraberinde, gelişmekte olan ülkelerin de hızlı bir şekilde iktisadi büyüme sürecine katıldıkları bir dönem olduğunu temsil etmiştir (Aktakas, 2006: 5-6).

Ekonomik büyüme ve kalkınma, bütün ülkelerin en temel amacıdır. Bu amaca ulaşmadaki temel unsur ise, ülkenin mevcut kaynak ve potansiyellerini en verimli şekilde kullanmaktır. Birçok ülkede bir merkez etrafında yoğunlaşan ekonomik ve sosyal faaliyetler, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarını meydana getirmiş ve büyük dengesizliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum, bölgelerin ekonomik faaliyetlerini, nüfus dağılımını, kentlerin ve çevrenin bütünlüğünün bozulmasına yol açmış, kalkınmanın ekonomik ve sosyal maliyetlerini artırmış ve tüm bunlar gelişmelerinin daha ileri bir boyuta ulaşmasına imkân vermeyen sorunlara yol açmıştır (Arslan, 2005: 276).

I.1.2. Kalkınma Türleri

I.1.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir Kalkınma en kısa tanımıyla; geleceği bugünle bütünleştiren kalkınma anlamına gelmektedir. 1987 yılında Birleşmiş Milletler 42. Genel Kuruluna sunulan “Ortak Geleceğimiz” adlı raporda sürdürülebilir kalkınma, “bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamak” olarak tanımlanmaktadır (World Commission on Environment and Development, 1987: 43-49).

Sürdürülebilir kalkınmanın özünde kaynakların geliştirilmesi ve korunması yer almaktadır. Kaynakların devamlı bir şekilde, korunarak değerlendirilmeleri, yenilenebilen kaynakların kendilerini yenileme potansiyelleri aşılmadan kalkınmaya destek olabilmeleri, çevreyi koruyan kalkınma anlayışının temelini oluşturmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, çevrenin korunmasından çok daha ötesinde bir kavramdır. Çevreye yönelik olduğu kadar ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları da vardır ve günümüz insanları ile gelecek kuşaklar arasında eşitlik anlayışını ifade etmektedir (Başkurt, Zengin ve Es., 2014: 99).

Çevre koruması ile ekonomik kalkınma kavramlarının uzun dönemli ve bu kavramların bir arada düşünülmesi hususuna dayanan sürdürülebilirlik anlayışı, bu çerçevede ekonomik faaliyetlerin (nüfus kontrolü, teknik değişikliğin teşviki vb.) birçok boyutunu incelemektedir. Sürdürülebilir kalkınma ile ekonomi ve çevre arasında bir uyum, bütünleşme gözetilirken, bu modelle sağlanacak gelişmede toplumun toplu olarak gelişmesi ve kalkınması hedeflenmektedir (Yıldırım ve Öner, 2003: 10).

I.1.2.2. Bölgesel Kalkınma

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ekonomi literatürüne dâhil olan bölgesel kalkınma olgusu, sanayileşme süreci ile beraber önem kazanmış, bununla birlikte iktisadi ve sosyal kalkınma meselesi de mekânsal boyut kazanmıştır. Sanayileşmenin hız kazanması ekonomik gelişme sürecinde olan ülkelerde bu gelişmeyle bağlantılı olarak bölgelerarası oluşan eşitsizliğin dengeleri bozucu etkisiyle de sosyo-ekonomik sorunlar ortaya çıkarmıştır. Ülkelerin sarf ettikleri çabalara rağmen, günümüzde hala sosyo-ekonomik refah seviyesi yönünden gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler varlığı kadar her ülkenin kendi sınırları içerisinde birbirine oranla gelişmiş ve az gelişmiş bölgeler var olmaktadır. Bölgeler, alt bölgeler, sahip oldukları imkânlar ve kaynaklarına göre farklılıklar göstermektedirler (Brasche, 2004: 66).

Bölgesel kalkınma kavramı uzun zamandır gündemde olmasına ve bu alanda birçok çalışmalar yapılmış olduğu halde, 1980'li yıllardan itibaren bölgesel kalkınma kavramı yeni bakış açılarıyla ele alınmış ve özellikle AB mevzuatı ile önemi giderek artmıştır. AB'nin bölgesel kalkınma politikalarının amacı; küreselleşme, teknoloji, genişleme ve entegrasyon süreçlerini göz önünde bulundurarak bölgeler arasındaki farklılıkları, daha az kaynağa sahip olan bölgelere pay ederek azaltabilmek ve önlemektir (Kaya, 2007: 12).

Bölgesel dengesizliği, bir ülkenin farklı bölgelerinde görülen her türlü eşitsizlik olarak değerlendirirsek, bugün hemen her ülkede az veya çok, ama muhakkak bölgesel dengesizlik söz konusudur. Bölgesel dengesizliği, ekonomik ve sosyal fırsat eşitsizliği şeklinde daha dar anlamda tanımlamak mümkündür. Ekonomik fırsat eşitsizliği, farklı bölgelerdeki bireylerin gerek iş bulma gerekse eşit işe eşit reel ücret sahip olma şansını bulamamaları şeklinde tanımlanabilir. Sosyal fırsat eşitsizliği ise, farklı bölgelerde yaşayan

kişilerin sağlık hizmetlerinden ya da sanat faaliyetleri gibi hizmetlerden aynı oranda yararlanamamaları, hatta eş seçiminde dahi aynı fırsatlara sahip olamamalarıdır (Dinler, 1994: 123).

Ülke bütününde yer alan tüm bölgelerde, bölgenin sunduğu özellikler, gelişme potansiyeli ve kendine ait problemlere göre farklı mekânsal planlama yaklaşımları izlenmeli ve farklı bölgesel politikaları belirleyerek kararlı bir şekilde uygulanmalıdır. Ülke geneli için alınacak iktisadi ve sosyal politika kararlarının bölgesel gelişme politikalarıyla çelişmeyecek şekilde gözetilmelidir (Başkurt, Zengin ve Es, 2014: 102).

I.1.2.3. Toplumsal Kalkınma

Özellikle ikinci Dünya Savaşı sonlarında bir milletin, bir ülkenin kalkınma ölçütü olarak “iktisadi olarak gelişmesi-geri kalması” kavramları kullanılmakta olup, gelişmişliğin endeksi kişi başına düşen milli gelir gibi tamamıyla iktisadi ölçütlerdi. Ancak zaman içinde bu yaklaşım değişmiş ve kalkınmışlığın, toplumun tüm alanlarda kalkınması şeklinde algılanması ile “Toplumsal Kalkınma” kavramı ortaya çıkmıştır (Kaya, 2007: 15).

Toplum Kalkınması, yerel toplulukların, ekonomik, toplumsal ve kültürel sorunlarını çözmek üzere giriştikleri gönüllü çabaların devletin imkânlarıyla desteklenmesi ilkesine dayanan bir yöntem olup (Geray, 1981: 1), halkın gönüllü teşkilatlanması ve idare ile iş birliği yapması, belli alanlardaki birtakım faaliyetlere gönüllü katılması ilkelerine dayanmaktadır (Çakım, 1964: 79).

Toplum Kalkınması, milleti meydana getiren mahalli toplulukların kalkınması amacı ile, yerel toplulukların tek taraflı olarak devlet tarafından kalkındırılmaları ya da kendi çabalarıyla baş başa bırakılmalarını ifade etmemektedir. Yerel toplulukların kendi sorunlarını çözmede, kendi güçlerini birleştirmede, yerel kaynakların yetersiz kaldığı

noktalarda devlet gücünden destek almakta gerekli girişkenliği elde etmeleri; kısaca kendine yardım eden topluluklar konumuna getirilmeleri konusunda devlete ve personeline önemli görevler düşmektedir. Yani devlet hem rehber hem destekçi hem de proje ortağı olarak yer almalıdır (Geray, 1966: 237).

Toplum kalkınması ile altı çizilerek ifade edilen “toplum”; esasında bir toplumun parçası olan yerel bir topluluğu belirtmektedir. Bir yerel topluluğu tanımlayan dört nitelikten bahsedilebilir. Bunlar; biz duygusu, yüz yüze ilişkiler, topluluğun ortak sorunları üzerinde iş birliği ve dayanışmadır. Derecesi, şiddeti ve yoğunluğu topluluğa göre değişmekle birlikte, söz konusu niteliklere sahip olan ve sınır çizgileri belli bir coğrafi yerleşim üzerinde sabit olarak bulunan bir insan grubu, bir yerel topluluk olarak tanımlanabilir. Toplumsal kalkınmanın hedef kitlesi, kırsalda ya da kentte yaşayan fakat bu özellikleri bünyesinde barındıran yerel bir topluluktur (Miser, 1999: 102).

Toplum kalkınması ile altı çizilerek ifade edilen “kalkınma” ise; toplumun gelir düzeyinin artırılması ile birlikte kültürel ve siyasal gelişim faktörlerini de bünyesinde barındıran bütün olarak bir iyileşme süreci şeklinde tanımlanabilir. Devlet yönetimli, makro düzeyde müdahalelerden oluşan Ulusal kalkınmadan farklı olarak toplum kalkınması, yerel düzeydeki ekonomik ve toplumsal koşulları iyileştirmek için küçük ölçekli ve halk odaklı faaliyetleri vurgulamaktadır (Çetin, 2009: 39).

I.1.2.4. Yerel Kalkınma

Yerel kalkınma kavramının tanımlanabilmesi için öncelikle “yerel” kavramının tanımının yapılması gerekmektedir. “Yerel” sözlük anlamıyla yöresel anlamı taşımaktadır. “Yerel”, hem içinde yaşayan insanların yaşamlarını sürdürmesi için bir çevre oluşturması,

hem de bu çevrede yaşayanların kapasitelerinin belirlenmiş olması açısından önem teşkil etmektedir (Tekeli, 2002: 8).

Yerel kalkınma, özellikle son yıllarda sürekli olarak gündemde var olan kavramlar arasında yer almaktadır. Kalkınmada mekân kavramının önemi, bölgesel kalkınma kavramının temelini oluştururken; yerel kalkınma anlayışının da ana yaklaşımlarından birisi olmuştur. Ulusal kalkınmanın alt kademesini bölgesel kalkınma oluştururken, bölgesel kalkınmanın alt kademesini da yerel kalkınma oluşturmalıdır. Yerel kalkınma anlayışının etkin bir şekilde uygulanabilmesi için BM tarafından gündeme getirilen “Yerel Gündem 21” ile yerel kalkınmanın diğer vazgeçilmezleri olan katılım ve yetkinin yerel makamlara devri gerekmektedir (Kılınç, 2016: 7).

Bölgesel kalkınma yeni bir kavram olmadığı gibi yerel kalkınma kavramı da yeni bir olgu değildir. Sanayi Devrimi’nden sonra ivme kazanmaya başlayan yerel kalkınma sürecinde özellikle kentsel/bölgesel dengesizliklerin sık sık gündeme gelişinin artması, kavramın zenginleşmesindeki rolünün önemi görülmektedir. Yerel kalkınma ile ilgili literatürlerin büyük bir bölümünde, şehirlerin, kasabaların ve kırsal bölgelerin ekonomik refahını artırmada kamu-özel sektör ilişkileri ile yerel mercilerin görev ve sorumluluğu dikkate alınmıştır (Rogerson, 2001: 1007-1009). Buradaki gaye, göreceli olarak geliri daha düşük olan toplumları, daha iyi hayat kalitesine ulaştırarak, toplumu geleceğe dair umutlu tutmaya çalışmaktır.

Genel bir yaklaşımla yerel kalkınma, yeni istihdam ve vergi kaynakları sağlamak için özel sektör yatırım fırsatlarının teşvikinde yerel birimlerin kıt kaynakları yönettiği bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Böyle bir yapı çerçevesinde yerel hükümetler, kendi stratejilerini ve teşviklerini faaliyete geçirmeye çalışabilir veya özel

sektör ve Toplumsal Kalkınma Organizasyonları gibi kurum ve kuruluşlarla iş birliği içinde bulunabilirler (Krumholz, 1999: 83).

Yerel kalkınma yaklaşımı, yöre ve bölgelere kendi ekonomik ve sosyal geleceğine şekil verme olanağı tanıyan, karar verme sürecinde aşağıdan yukarıya şekillendirdiği yerel kalkınma politikalarının ön planda olmasında etkili olmaktadır. Uluslararası faaliyetlerden bazıları, yerel düzeyde ekonomik kalkınma sürecini destekleyen kapsamlı programlar uygulamaktadır. Yerel kalkınma stratejileri ve faaliyetleri, gelişmiş ülkelerin neredeyse hepsinde dikkat çekmekte, gelişmekte olan ülkelere uyarlanmaktadır (Çetin, 2006: 127).

Yerel düzeyde ekonomik kalkınma planlamasının, ulusal ihtiyaçlar da dikkate alınarak yapılabilmesi, mevcut bölge anlayışının ve planlama yaklaşımlarının ötesinde yeni yaklaşımlar geliştirilmesini de gerekli duruma getirmektedir. Ekonomik kalkınmada bölgesel kalkınma kavramlarına yeni yaklaşımlar getirerek, yerel alternatifleri de desteklemesi bir gereklilik haline gelmiştir. Bu adımlarla, yerel ekonomilerin rekabet edebilme potansiyeli ve istihdam sağlama gücünün artırılması, ulusal ekonominin de güç kazanmasına ve küresel ekonomide rekabet edebilir olmasını sağlayacaktır (Gül, 2004: 202).

I.2. Bölgesel Dengesizlik Kavramı

Bölgelerin gelişme dinamiklerinde tüm tarih boyunca türlü farklılıklar olmuştur. Bu farklılıkların en önde gelenleri; tarihi ve kültürel değerlerin, nüfus ve beşerî sermayenin, yeraltı ve yerüstü kaynaklarının bölgesel yoğunlaşmalarındaki farklılıklardır (Elmas, 2001: 1).

Söz konusu farklılıklar, bazı bölgeleri diğer bölgelerden gerek sosyal gerek kültürel gerekse ekonomik yönden daha cazip kılarken bu olanaklara sahip olmayan diğer bölgelerin geri kalmasına yol açmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşını takip yıllarda Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin büyüme hızlarında, büyüme teorisyenleri arasında büyük tartışmalara yol açacak ölçüde ciddi farklılıklar ortaya çıkmıştır (Yılmaz, 1984: 19).

Bölgesel dengesizlik kavramında, bir ülkenin çeşitli bölgelerinde ortaya çıkan her türlü eşitsizlik şeklinde tanımladığımızda, gelişmiş ya da az gelişmiş hemen her ülkede muhakkak bölgesel dengesizliğin var olduğundan bahsedebiliriz. Ancak gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler grupları arasında yoğunluk ve nitelik yönünden farklılık bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerde dengesizliğin olduğu bölgeler endüstriyel faaliyetlerin henüz gelişmeye başlamadığı, ekonomik olarak daha çok tarıma dayalı olduğu bölgeler ve sanayinin gerilemesi ile ekonomik faaliyeti azalan bölgeler olmasına rağmen, gelişmekte olan ülkelerde ise, geri kalmış bölgeler eksik altyapısı olan, tarımsal nitelikli ve işsizlik nedeniyle hareketli nüfusu kaybeden bölgeler olmaktadır (Özdemir, 1999: 121-129).

I.2.1. Bölgesel Dengesizliğin Ortaya Çıkış Sebepleri

Gelişmiş ülkelere nazaran geri kalmış ya da az gelişmiş ülkelerde bölgelerarası kalkınma düzeyindeki farklılara daha çok rastlanmaktadır. Gelişmiş ülke ya da az gelişmiş olması fark etmeksizin, neredeyse hemen her ülkede bulunan bölgesel dengesizlik sorununun ortaya çıkmasındaki sebepleri şu şekilde sıralayabiliriz (Özgüven, 1988: 190-192).

Parasal Sebepler: Parasal faktörler; sermayenin daha gelişmiş, daha güvenli ve kazançlı faaliyet alanlarına transferi şeklinde açıklanmaktadır. Sermaye azalmasıyla beraber yatırımlar daralmakta, gelir seviyelerinde düşüş yaşanmakta ve bu durumda

bölgede durgunluk hâkim olmaktadır. Banka ve kredi kurumlarının da ekonomik hareketliliğin olduğu yerlerde yer alması, sermaye kaybı yaşayan bölgenin ekonomik faaliyetleri canlandıracak kredi olanaklarını kaçırmaması anlamına gelir. Bu durum bölgenin geri kalmasına yol açarak bölgesel dengesizlik ortaya çıkmaktadır.

Doğal Sebepler: Yeraltı ve yerüstü kaynakları, iklim durumu, toprak yapısı ve bitki örtüsü doğal faktörler kapsamında yer almaktadır. Örneğin Türkiye'nin doğusu doğal faktörler yönünden yoksul bir bölgedir. Doğal kaynaklar bakımından zayıf özelliğe sahip bölgelerin geri kalması kaçınılmazdır. Sahip olduğu kaynaklar da yeterli ölçüde ve verimli bir şekilde kullanılamamakta, dolayısıyla işgücünün yeterli çalışma alanı bulamaması sebebi ile büyük kentlere göçlerin artmasına yol açmaktadır. Coğrafi konumunun ve iklim şartlarının elverişsiz olması ulaşım ve haberleşme imkânlarını kısıtlamasıyla birlikte bu durum altyapı yatırımlarını da olumsuz etkilemektedir.

Demografik Sebepler: Özellikle tarıma dayalı bölgelerde nüfus artış hızı yüksek olmaktadır. Tarımsal kesimde yer alan aktif nüfus oranı diğer kesimlerden daha fazladır. Böylece gizli işsizlik ortaya çıkmakta ve bu durum göçlere sebep olmaktadır.

Yapısal Sebepler: Yeniliklere açık olmayan, kalıplaşmış sabit zihniyetin kolayca değiştirilemediği bölgeler, var olan durumu devam ettirmeye çalışan bölgelerdir. Bu bölgeler dar bir pazar payına sahiptir. Küçük piyasalarında üretimi arttırmaya yönelik çabaları olmadığı gibi sınırlı ihtiyaçları olan bu bölgeler verimliliği arttıracak yapı değişikliğine de pek sıcak bakmamaktadır

Teknik Sebepler; Endüstrileşmiş ülkelerden ithal edilen teknik cihazların daha çok ulaşım, altyapı, ihracat ve sanayileşme olanaklarının bulunduğu yerlerde kurulması ve faaliyet göstermesi teknik sebepler olarak gösterilebilir. Başka bölgelere uyum sağlamayan bu teknik teçhizatlar, eski dengenin bozularak emek, hammadde gibi bazı üretim

faktörlerini kendine çeker. Teknolojik ilerlemeler için ortamın hazır olması gerekmektedir. Teknolojinin yoksun olması iş bölümünü kısıtlı bir alana sıkıştırmaktadır. Bu dar alan verimi, üretimi azaltır ve tüketime olan eğilimi kısıtlar. Geri kalmış bölgelerde, gelir dağılımındaki pay küçük olduğu için yetersiz kişisel gelirler tüketimi de daraltmaktadır.

Siyasi Sebepler: Siyasal iktidarın kendi ekonomi politikasına göre kalkınmada bazı bölgelere öncelikler verilmesi ve bu bölgeleri teşvik tedbirleri ile çekici hale getirmesi siyasal sebepler olarak gösterilebilir. Diğer bölgeler ihmal edildiğinde bölgeler arası dengesizlik meydana gelmektedir.

I.2.2. Bölgesel Dengesizlik Çeşitleri

Bölgelerarası dengesizlik çeşitlerini üç başlıkta inceleyebiliriz. Her başlık dengesizliğin farklı şekillerini açıklamaktadır (Erkal, 1990: 39-40).

I.2.2.1. Doğal ve Coğrafi Dengesizlik

Bir bölgenin, coğrafi konumla ilgili denizlere olan mesafesi, işlek yollardan uzakta bulunması, yüksek dağlarla örülü ve yüksek yerde bulunması ve bunlara benzer coğrafi sorunlar bu bölgenin gelişmesi ya da geri kalmasında önemli bir etken olmaktadır. Bunun yanı sıra, bölgenin genç jeolojik yapıdan oluşması, engebesinin fazla olması, fazla eğim ve cılız bitki örtüsünün neden olduğu şiddetli erozyon ve bölgenin iklimsel özellikleri de bölgenin gelişmesi veya geri kalmasında rol oynamaktadır. Bu tür dengesizlikler, fiziki koşulların ve maden kaynakları gibi doğal kaynakların doğrudan doğruya bir sonucudur. Doğal ve coğrafi dengesizlik beraberinde ekonomik bir dengesizliğin de meydana gelmesine sebep olabilir (Doğanay, 1984: 45).

I.2.2.2. Ekonomik ve Fonksiyonel Dengesizlik

Ekonomik ve fonksiyonel bir dengesizliğe sahip bir ekonomide, aynı üretim faktörleri, farklı pazarları olan farklı bölgelerde farklı kazançlar sağlamaktadır. Bu durumun sonucu olarak üretim faktörleri bakımından dengesiz bir dağılım meydana gelir ki bölgelerarasındaki dengesizliğin de ana sebeplerinden biri bu olmaktadır. Çünkü bir bölgede üretim faktörlerinden herhangi birinin hiç bulunmaması ya da kısıtlı olması üretimdeki verimliliği engelleyecektir.

I.2.2.3. Sosyal ve Kültürel Dengesizlik

Sosyal ve kültürel dengesizlik, farklı bölgelerdeki insanların faydalandıkları kamu hizmetlerinin boyutu ve kalitesinde ortaya çıkan farklılıklarda kendini göstermektedir. Örneğin, herhangi bir bölgede okuma-yazma oranı düşük olması, yol, su ve elektrik yoksunluğu, sağlık, sinema, otel, tiyatro ve park gibi sosyal hizmetlerin verimliliğinde ortaya çıkmaktadır (Aydoğan, 1997: 260). Doğal ve coğrafi dengesizlik, insanların kontrolü dışında, insanlardan önce de var olmalarına rağmen diğer iki dengesizlik insanların ortaya çıkışları ile ilgilidir.

I.3. Kalkınma Modelleri

Bu bölümde kalkınma modellerinin en önemli olanlarından dengeli kalkınma modelleri ile dengesiz kalkınma modelleri incelenecektir.

I.3.1. Dengeli Kalkınma Modelleri

Bu model, ekonomik kalkınma ve yatırım esasına dayanmaktadır ki herhangi bir sektörde ortaya çıkabilecek bir dengesizliğin diğer sektörleri etkilememesi

için ekonominin tamamına genişletilmiştir. Bu durum elbette tüm sektörlerin aynı boyutta büyümeleri gerekir şeklinde tanımlanamaz. Denge tanımından kasıt herhangi bir kısıt ve dar boğazın olmamasıdır. Dengeli kalkınma, çeşitli yatırım kararlarının kısa sürelerde alınması demektir ki bu durum tüketici talebinin olduğu ve başka yatırım mallarına ihtiyaç duyulacağı yatırımları ifade etmektedir (Thirlwall, 1977: 177).

Az gelişmiş ülkelerde yaşanan talep yetersizliği ve yeterli pazar alanı olmaması, yatırımların az miktarlarda ve yavaş artması içsel ve dışsal ekonomilerden faydalanmayı olanaksız kılması, tasarrufların yetersiz olması, ihraç malları talebinin elastik olmaması ve sürekliliğinin sağlanamaması, uzun vadeli kalkınma için ihracata güvenilmemesi sorunu gibi nedenlerin ortaya çıkması List, Nurkse, Rosestein-Rodan, Myrdall, Lewis ve Chenery gibi iktisatçıların savunduğu dengeli kalkınma; ekonomide tüm sektörlerin eş zamanlı ve beraber kalkınması şeklinde tanımlanmaktadır (Kartal, 2013: 16).

Dengeli kalkınma kuramının temel hareket noktası, az gelişmiş ülkelerde piyasa mekanizmasının kaynak dağılımını yeterli ölçüde sağlayamadığı görüşüdür (Dinler, 2001: 404). Bir diğer etken ise; az gelişmiş ekonomilerde kişi başına düşen milli gelirin az olması, ücretlerin düşük olması ve bu duruma bağlı olarak pazarın sınırlı olmasından dolayı ekonomide tekil sanayi yatırımlarının verimsiz olacağı düşüncesidir. Bu olumsuzlukların çözüm yolu ise, birbirini tamamlayıcı sanayi birimlerinin biri diğerinin müşterisi olacak şekilde aynı anda kurulmasıdır (Başkaya, 2004: 59-60).

Dengeli kalkınma teorisi genel olarak sektörlerin birbirini tamamlama esasına dayanarak sektörler arasında eksik veya fazla kapasitenin ortaya çıkmaması ve birbirini tamamlayıcı olmanın zorunlu olduğunu savunurlar (Han ve Kaya, 2004: 196).

I.3.1.1. Rosenstein-Rodan Modeli Dengeli Kalkınma

Rosenstein-Rodan az gelişmiş ekonomilerin sorunları arasında gelir seviyesinin düşüklüğünden kaynaklanan talep yetersizliği; bölge, alan ve nüfus bakımından geniş olmakla beraber üretim yönünden sınırlı kalması; sermayesinin oldukça yetersiz olması gibi sorunlara değinmiştir. Rodan'ın sanayileşme olarak adlandırdığı iki yol sayesinde kalkınmanın gerçekleştirilebileceğini belirtmiştir. Birinci yol sermaye fazlasının olduğu gelişmiş bölgeye, emek fazlasının olduğu geri kalmış bölgeden emek göçü yapılarak bölgenin kalkınması, diğer yol ise geri kalmış bölgeye sermaye girişi sağlanmasıdır (Yavillioğlu, 2002: 56).

Rodan, stratejik olarak iki tür sanayileşme yaklaşımında bulunmuştur. Birincisi bir sanayileşme stratejisi içinde bölgeye herhangi bir yatırım olmadan “dikey bir sanayileşme” modeliyle bölgenin kendi imkanları çerçevesinde kalkınmasıdır. İç piyasanın dar ve dinamizminden yoksunluğu gibi nedenlerle o günün şartlarında bu stratejinin başarıya ulaşma şansı düşüktür. İkinci strateji ise; dünya kaynak dağılımında etkinlik sağlama, bölgeye özel dış yatırımların yani dış kaynağın gelmesi sağlanarak bölgede daha az fedakârlık ile daha hızlı kalkınma, gelişmiş dünya ekonomilerindeki ağır sanayiler, geri kalmış ekonomilere satma fırsatı yakalaması gibi ekonomik faydalar sağlanmasıdır (Saraç, 2006: 15-17).

Rodan, sanayileşme metodu olarak dış özel sermayenin dolaylı ve dolaysız yatırımları kullanmanın avantaj sağlayacağını belirterek bölgeye gelecek sermayenin nasıl kullanılmalı gerektiğine dikkat çekmektedir. (Yavillioğlu, 2002: 56).

Sanayileşme stratejisini faaliyete geçirmek için oluşturulması planlanan bütün bir endüstrinin tek bir dev firma veya tröst olarak ele alınmasını savunarak bunu yerine

getirebilecek Doğu Avrupa Sanayi Tröstü (DAST)' nün kurulmasını önermiştir (Saraç, 2006: 17).

I.3.1.2. Nurkse Modeli Dengeli Kalkınma

Nurkse modeli bütün kesimlerde bir büyüme yerine çok sayıda kesime yatırım yapılmasını önermektedir. Nurkse, dengeli kalkınmanın pazar büyüklüğünün yatırımlara bağlı olmasıyla ifade etmeye çalışır (İlkin, 1988: 85).

Geri kalmış bir ekonomide gelir seviyesinin çok düşük olması tasarruf yetersizliğini beraberinde getirmektedir. Tasarruflardaki bu yetersizlik de yatırımların yetersizliğine ve dolayısıyla verimin artmasını engelleyerek gelir seviyesi artamamaktadır. Nurkse, geri kalmış ülkelerin bu kısır döngü içinde denge olduğunu ileri sürmüştür. Nurkse 'ye göre, bir ülke fakir olduğu için fakirdir. Bu ülkelerin kalkınma bakımından ciddi sorunları vardır. Bu ekonomilerde piyasa koşulları geçersiz olduğu gibi pazar alanları sınırlı, talep düzeyi yetersiz ve yatırımların teşvikini sağlayacak unsurlar da zayıf kalmaktadır. Bu durumdan kurtulmak için birbirinden farklı endüstrilere aynı zaman diliminde yatırım yaparak piyasada genişleme sağlanacak ve bu sayede kısır döngüden çıkmak mümkün olacaktır. Nurkse 'ye göre planlama, geri kalmış ülkenin gelişim gösterebilmesi için önemli bir araçtır. Çünkü planlama ile birlikte birkaç sanayi dalında birbirini tamamlayıcı ve destekleyici yatırımlar meydana gelir (Yavillioğlu, 2002: 56-57).

I.3.2. Dengesiz Kalkınma Modelleri

Dengesiz kalkınma modeli, dengeli kalkınma modellerinin gerçeği yansıtmadığı düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Dengeli kalkınma modeli gelişmekte olan ülkelerde durgunluğa ve gelişme hızının düşmesine yol açacaktır. Temeli karşılaştırmalı

üstünlükler teorisine dayanan ve P. Streeten, J. Schumpeter, A. Hirschman, T. Scitovsky gibi iktisatçıların savunduğu dengesiz kalkınma modeli özetle; ekonomide kısa vadede gelişme sağlanabilmesi için belirli üretim alanlarına öncelik tanıyıp yatırımları bu alanlara yönlendirmeyi öngörmektedir (Kartal, 2013:18). Dengesiz kalkınma modeli, bölgesel ya da sektörel öncelikleri göz önünde bulundurup belli alt bölge veya sektörler öncelik tanınır, kalkınmada bunların öncü sektörler veya bölgeler olarak rol üstlenmesi esasına dayanır. Bu bölümde dengesiz kalkınma modellerinden Hirschmann Modeli ve Perroux'un kalkınma kutupları teorisi ele alınacaktır.

I.3.2.1. Hirschman Modeli Dengesiz Kalkınma

Hirschman kalkınmanın “dengesiz kalkınma” stratejisi sayesinde sağlanabileceğini savunmuştur. Bölgesel farklılıklara dikkat çeken Hirschman'a göre; kalkınma sürecinde bazı bölgelerin diğerlerine göre daha ön planda olabilmektedir. Hatta bu bağlamda kuzey-güney şeklinde bir ayırım yaparak kuzeyi gelişmiş, güneyi ise geri kalmış bölge olarak belirleyen Hirschman, bu dengesizliğin kalkınmaya kolaylaştırıcı etki sağlayacağını savunmaktadır (İlkin, 1988: 97).

Hirschman'a göre geri kalmış ekonomilerdeki iç piyasanın darlığı bu ekonomilerde fazla miktarda sektörün birlikte gelişme olanağı söz konusu değildir. Bir ekonomide bazı sektörlerin gelişme potansiyeli daha fazla olmaktadır. Ekonomiye bir dinamizm getirmek ve tüm ekonominin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamak için ilk etapta, güçlü olan sektörün gelişmesine öncelik verilmelidir. Hirschman bu görüşünü ifade ederken dışsal ekonomilerden yararlanmıştı. Buna göre, bir ülkede dışsal ekonomi sağlayacak şekilde bir endüstriye yapılan yatırımlar yeni yatırımları harekete geçirecek, harekete geçen yeni yatırımlarla birlikte ekonomide yeni dışsallıklar meydana gelecek ve

stratejik bir yatırım politikasını, hızlı bir gelişmeye katkı sağlayacaktır. Kısaca geri kalmış ekonomilerde bazı sektörler yer almaktadır ki, bu sektörlerle dengesiz bir biçimde olsa dahi ağırlık verilmesi durumunda bu ekonomilerde bir sıçrama ile hızlı bir kalkınma sağlanabilir (Saraç, 2006: 20).

Bir diğer ifade ile geri kalmış ekonomilerdeki kıt kaynaklar dengeli kalkınma için yetersiz kalmaktadır. Bu modeli dengesiz şeklinde nitelendirilmesinin sebebi; öncelik verilen sektörler ile diğer sektörlerin arasındaki tamamlanmanın başlangıçta sağlanamamış olmasından kaynaklanmaktadır.

I.3.2.2. Perroux'un Kalkınma Kutupları Teorisi

Kaynakların etkin kullanılması amacı taşıyan kalkınma kutbu modeli Perroux tarafından 1949 yılında ekonomi literatürüne girmiştir. Bu model, bölgeler arasında eşit gelir dağılımını sağlayıcı politikalar arayan, eşitsizlik sorununu ulusal düzeyde değil bölgesel düzeyde inceleyen, kentleşme ile gelişme arasındaki ilişkiyi inceleyen, gelişme için öne çıkan bölge merkezlerinin önemine dikkat çeken bir yaklaşımdır (Büyükdavras, 1972: 60).

Yatırımların ülke geneline dağıtılması biçiminde bir politika ile ekonomik kalkınma sağlanamayacağı için kalkınmada henüz başlangıç aşamasındaki ülkeler, ekonomik faaliyetlerini gelişme potansiyeli olan bölgelere aktararak kalkınma sağlanabilecektir. Perroux'un ifade ettiği gibi ekonomik gelişme her bölgede eşzamanlı olarak ortaya çıkmaz, farklı boyutlarda çeşitli kutuplarda oluşarak farklı yollarla tüm ekonomiye yayılmaktadır. Kısaca özetleyecek olursak kalkınmada görülen dengesizlik bir bakıma ekonomik kalkınmanın beynidir (Dinler, Bölgesel İktisat, 2001: 411).

Kaynakların dağılımı, pazarın büyüklüğü, altyapı olanakları, işgücü, yan sanayi ve sosyal tesislerin kalkınma noktalarının oluşumu üzerinde önemli faktörler olarak yer almaktadır. Ara malların ucuz ve kolay bir şekilde bulunduğu, yol, su ve elektrik gibi altyapı yatırımlarının bulunduğu, ulaşım sorununun ortadan kaldırıldığı, yeterli işgücünün sağlanabildiği, sağlık ve eğitim gibi sosyal tesislerinin bulunduğu bölgelerde kalkınma kutupları oluşturulmalıdır. Bu sayede belli bölgelerde gelişme süreci hız kazanmakta ve bu gelişim tüm ekonomiye yayılarak etki sağlamaktadır. Kalkınma kutbu oluşturulması ve ekonomik kalkınmanın başlamasıyla bu kutuplar gelişerek diğer bölgeleri kendine çekecektir. Belirli bir seviyeye ulaşan kalkınma sürecinde kalkınma yakın çevrelere de yayılarak gelişmişlik farklarında azalma sağlanacaktır (Işık, 2006: 52-53).

I.4. Kalkınma Planlarında Turizm

Türkiye’de kalkınma politikaları özellikle 1960’dan sonra kalkınma planlarında yerini almıştır. Kalkınma planları ekonomi politikasının hedeflerine ulaşmak için araçları, görev ve yetkileri tanımlamak için yapılan kamu sektörü için emredici, özel sektör için ise teşvik edici ve meclis kararıyla kabul görmüş kanunlar niteliğindedir. 1961 Anayasası ile ortaya çıkan beş yıllık kalkınma planları, ilk olarak birinci beş yıllık kalkınma planıyla 1963 yılında yürürlüğe girmeye başlayarak günümüze kadar 10 adet beş yıllık kalkınma planı yürürlüğe konmuştur. Turizm sektörünün ekonomik kalkınmadaki etkisi birçok ülkenin ilgisini çekmiş ve ülkemizde de Devlet Planlama Teşkilatı’nın hazırladığı beş yıllık kalkınma planlarına da yansımıştır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2007: 237).

Beş yıllık kalkınma planlarında; turizm yatırımları, gelir ve giderler, turist sayıları ve ortalama turist harcamaları, iç ve dış turizm, alternatif turizm çeşitleri, tanıtım ve pazarlama, turizmin gelişimi ile ilgili sorunlar, istihdam gibi konulara değinilmiştir.

I.4.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Birinci beş yıllık kalkınma planında (1963-1967) 1923'den 1963'e kadar olan 40 yıllık süreçte nüfusun iki katına çıkması, bunun sonucu olarak süreklilik kazanan hızlı kentleşme eğilimine kaçın nüfusun %70'inin kırsal alanda yaşamaya devam etmesi nedeniyle temel ekonomisinin tarıma dayanmasına dikkat çekilmiştir (DPT Birinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1963).

Planlı dönemin başlaması ile birlikte turizm sektörünün önemi kabul edilmiştir. Turizmin imkânlarından faydalanmak ve ülkemize turist çekebilmek için doğal ve kültürel potansiyele sahip kaynaklardan söz edilmiş ve ödemeler dengesi açığının kapatılmasında turizmin oynayabileceği önemli rol planda belirtilmektedir. Bu kaynakları etkinleştirebilmek adına konaklama yatırımları, tanıtım faaliyetleri, alışveriş ve diğer hizmet yatırımlarının önemi üzerinde durulmuş aynı zamanda planda sınırlı kaynaklara da değinilmiştir. Yatırım önceliğinin turistik potansiyeli yüksek olan ve olumlu sonuçların en kısa sürede alınabileceği yörelere verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Planlanan hedeflerden, ortalama dört gece olan geceleme sayısının altı geceye, turist başına düşen ortalama harcamanın ise 60 dolardan 100\$ dolara çıkarılması hedeflerine ulaşılmış olsa da, ödemeler bilançosu açığı kapatılamamıştır. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda alınan tedbirler aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1963):

- Ülkenin tanıtım faaliyeti için alanında uzman uluslararası bir tanıtma örgütü ile işbirliği yapılması,

- Turist gönderen ülkelerde pazar araştırmaları yapılması,
- İç turizmin geliştirilmesi,
- Güçlü bir merkezi turizm örgütünün kurulması,
- Yerel anlamda turizmin gelişmesi için planlama, öneri ve denetim görevlerini üstlenecek kurumların teşvik edilmesi,
- Turistlere hizmet verecek turizm danışma bürolarının açılması,
- Yasa ve hükümlerin turizm gelişimini destekleyici şekilde düzenlenmesi ve gerektiğinde değiştirilmesi,
- Turizm personelinin eğitimine öncelik verilmesi,
- Yeni yatırımlar için bina vergisi muafiyeti sağlanması,
- Kamuya ait dinlenme tesislerinin turistler tarafından da kullanımının sağlanması,
- Yerel halka bölgedeki turizm kaynakları hakkında bilgi verilmesi ve bilinçlendirilmesi,
- Turizm bölgelerinde turizm ile ilgili yiyecek, içecek, alışveriş gibi diğer hizmetlerin yerel kaynaklarca üretiminin desteklenmesi ve düzenlenmesi,
- Doğal turizm kaynaklarının kullanımı hakkında düzenlemeler yapılması,
- Turizm merkezlerinde ilgili kurum ve kuruluşların katılımı ile Turizmi Geliştirme Kurullarının teşvik edilmesi,
- Çeşitli festivaller ve İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde olimpiyatlar düzenlemek için gerekli araştırmaların yapılması,
- Eğitim ve halk eğitim uygulamalarında yerel turizm değerlerinin tanıtılması.

I.4.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) ise; kentleşme eğiliminin geçmiş yıllara kıyasla gelecek yıllarda daha hızlı gerçekleşeceği yönünde öngörüler söz konusudur. Tahminler, 1972 döneminde kentleşme hızının %6 veya %7 civarlarında olacağı yönündedir. Bu planda kentleşmenin sanayinin talepleri doğrultusunda göre destekleneceği belirtilmiş, büyük kentlerin daha fazla büyümesi ekonomik ve toplumsal yönden gelişmesi için olumlu bir eğilim olarak görülmüştür. Ayrıca bölgelerarası dengesizliği ortadan kaldırmak ve kalkınmanın dengeli bir şekilde gerçekleşmesi amacına dikkat çekilmiştir. Kentlere yapılan göçün İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana gibi merkezlerde kümelenmemesi için yeni gelişmiş merkezlerin oluşturulması öngörülmüştür (DPT İkinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1968).

Bu kalkınma planında turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden faydalarından da bahsedilmiştir. Özellikle turizmin sosyal faydalarını artırmak için iç turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Turizmden elde edilen gelirin artırılması, turist sayısının ve turist başına düşen ortalama harcamanın yükseltilmesi bu döneminin amaçları arasında yer almıştır. Aynı zamanda turizmin gelişme potansiyeli olan alt bölgelerde yatırımların artırılması, kredi imkânları ile desteklenmesi altyapı ve üstyapı yatırımlarının özendirilmesi, hukuki ve mali tedbirlerle turizm yatırımlarının teşvik edilmesi hedeflenmiştir. Belirtilen hedeflere ulaşmak için İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda alınan tedbirler aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1968) :

- Kamuya ait turizm işletmelerinin tek elden yönetilmesi, koordinasyonun sağlanması için bu sorumluluğun mevcut örgütlerden birine verilmesi veya Turizm İşletmeleri Kurumu'nun kurulması,

- Turizm sektöründeki kredi politikasından sorumlu bir örgütün oluşturularak turizm kredilerinin arttırılması ve farklı faiz oranları ile daha etkin kullanımını sağlamak,
- Turizm Eğitim ve Öğretimi Milli Merkezi'nin kurulması, turizm eğitim ve öğretiminin belirli standartlara kavuşturulması,
- Turizm yatırımlarının daha etkin planlanması amacı ile öncelikli turizm bölgelerini içeren turizm yatırım planının tamamlanması,
- Başta öncelikli turizm bölgeleri olmak üzere doğal ve kültürel mirasın korunarak değerlendirilmesi,
- Turizm ile ulaştırma arasındaki ilişkilerin analiz edilerek planlamanın uygulanması.

I.4.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1978) ise; İstanbul, İzmir ve Ankara'da ikamet eden nüfusun toplam kent nüfusunun %31,1'ini oluşturmasının, dengeli ve kademeli bir kentleşmeden çok büyük kent olgusunu gösterdiğini belirtilmiştir. Bu planda lüks tüketim alışkanlıklarının büyük kentlerde giderek tüketimi hızlandırdığı buna karşın yatırım malları ve ara malları sanayiye yönelik yatırımlar üzerinde kısıtlayıcı etkiye neden olduğu ve bu nedenden dolayı hızlı kentleşmenin kontrol altında tutulması gerektiği belirtilmektedir (DPT Üçüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı).

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kitle turizmi önemi artmakta ve iç turizmin geliştirilmesi hedefler arasında yer almaktadır. Kitle turizm potansiyeli yüksek olan bölgelere öncelik verilmek üzere yatak kapasitesinin 72 binden 126 bine çıkarılması, özel sektöre yatırımlarda öncülük tanınması hedeflenmiştir. Bu yatırımların desteklenmesi

için, havaalanları, karayolları, su tedarik ve kanalizasyon gibi altyapı hizmetlerinin yanı sıra, milli park yatırımları ve tarihi alanların yenilenmesi de amaçlanmıştır. İstihdam ve sosyal turizmin teşvikine yönelik birtakım sorunlar bu plan döneminde de belirtilmiştir. İlk defa bu dönemde toplumun turizm etkinliklerine katılımı amacıyla sosyal turizm, kalkınma planları amaçlarından biri olarak yer almıştır. Bu plan döneminde bu bahsettiğimiz hedefler dışında, aşağıdaki faaliyetleri de kapsamaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1973) :

- Kitle turizminin teşviki için, yatırım, tanıtım ve diğer alanlarda koordinasyon sağlanması,
- Turizm yatırımlarında özel sektöre öncelik verilmesi, kamu yatırımlarının yalnızca özel sektörün ilgisiz veya güçsüz kaldığı alanlarda yapılması,
- Plansız gelişen yatırımları önlemek ve altyapı yatırımlarını bu doğrultuda planlamak amacıyla, bu alanda Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ile İmar ve İskân Bakanlığı'nın işbirliği yapması,
- Turistik alanların, milli parkların ve kıyıların korunarak toplumun yararına kullanılmasını düzenleyen bir mevzuat hazırlanması,
- Turizm Bankası ile birlikte, genel bankacılık sisteminin de turizm yatırımcılarının kredi ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gerekli düzenlemelerin yapılması ve olanakların sağlanması,
- Sosyal turizmin kamu yatırımları ile özendirilmesi, kamu çalışanlarına daha iyi tatil fırsatları sağlanması, iç turizmin özendirilmesi,
- Konaklama tesislerinde kalifiye personel istihdamının sağlanması, turizm üzerine uygulamalı eğitime öncelik verilmesi, personelin daimi istihdamının sağlanması.

I.4.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983) kentleşme olgusunun toplumsal değişimi vurgulayan bir süreç olduğu belirtilmiştir. Bu dönemde devam etmekte olan kentsel nüfus artışı, her geçen gün artan bir konut ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Hâlihazırdaki konutlar bu talebe yetersiz kalacak duruma gelmiş ve kamu kesimi de konut ihtiyacını karşılamada yetersiz kalınca büyük kentlerin çevresi gecekondu yapılarıyla kuşatılmaya başlamıştır. Büyük kentlerde nüfusun %50'den fazlası gecekondu barınmaktadır. Bu tür bir kentleşme hizmet ve altyapı gereksinimlerini artırmakta ve kentsel altyapı yatırımlarına aktarılabilen kamu kaynaklarının yetersizliği bu ihtiyaçların giderilmesine olanak sağlamamaktadır (DPT Dördüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1979).

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında kitle turizminin gelişimine öncelik verilmesi bu plan döneminde de önemli olmaktadır. Yatırımlara hız verilmesi ve yatak kapasitesinin beş yılda 2,6 katına ulaşabilmesi için, *Organize Turizm Bölgelerinin* geliştirilmesi de bu dönemin planları arasında yer almıştır. Dış yatırımların teşvik edilmesi, turist harcamalarının arttırılması, yabancı işgücü çalıştırmanın kolaylaştırılması, gümrük ve vize işlemlerine kolaylık sağlanması da hedefler arasındadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için planlanan diğer faaliyetler aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1979) :

- Konaklama kapasitesinin arttırılması amacı ile kamu yatırımlarının arttırılması, dönem boyunca öngörülen 18,3 milyar TL'lik yatırımın 8,8 milyar TL'lik kısmının kamu tarafından sağlanması,
- Kamuya ait misafirhaneler, konaklama tesisleri, kamplar ve dinlenme tesislerinin tek elden yönetilmesi ve bu kampların iç turizmde kullanılması
- Tanıtım alanında *Turizm Bankası*, *Türk Havayolları*, *Devlet Hava Meydanları* ve *Limanlar Genel Müdürlüğü* arasında işbirliği yapılması,

- Uçak filosunun arttırılması, charter seferlerinin düzenlenmesi ve uçak bilet fiyatlarının belirlenmesinde *Turizm ve Tanıtma Bakanlığı*'nin görüşüne başvurulması,
- Her turiste ülkede kalacağı gün başına belirli düzeyde önceden döviz bozdurma zorunluluğu getirilerek, turist harcamalarının arttırılması,
- Mevsimselliğin yol açtığı olumsuzlukların azaltılması ve turizm talebinin tüm yıla yayılması için önlemler alınması.

I.4.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) dönem içerisinde kent ve köy nüfus oranlarının eşitlenmesi ve dönem sonunda nüfusun yarısından fazlasının 200.000'den fazla nüfuslu kentlerde yaşıyor olması öngörülmektedir. Ekonomik faaliyetler ve sanayileşme için yer seçiminin önemi üzerinde durulmaktadır. Kentleşmenin mümkün olabilecek en yararlı şekilde yönlendirilmesi ile gerek sosyal yapı gerekse ekonomik gelişmeye katkısının artırılması için şehirlerde hizmet kalitesini artıracak yatırım ve politikaların üzerinde durulmasının önemi vurgulanmıştır. Şehirlerin mekânda eşit şekilde dağılımını sağlamak amacıyla ekonomik potansiyeli olan orta büyüklükteki şehirlere ekonomik faaliyetlerin yönlendirilmesi, bunu temin etmek için, mali ve fiziki teşvik tedbirleri nüfusu 50.000- 500.000 arasında olan şehirlere yöneltilerek buraların ekonomik faaliyetler açısından hareketlendirilmesi planlanmıştır (DPT Beşinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1985).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı hedefleri arasında dönem sonunda 540 milyon dolarlık net döviz girişi elde etmek için turizm gelirlerinde yıllık %14,2 artış öngörülmüştür. Dönem sonunda günübirlikçi ve turist rakamlarında ise yılda %10,8 artışla

3 milyon kişiye ulaşmak hedefler arasındadır. Bu dönem planında sınırlı olsa da ilk kez kıyı turizminin yanında diğer turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, turizmin gelişmesiyle doğanın dengesinin sağlanmasına ve turizm planlarına toplumsal katılımın gerçekleştirilmesine sınırlı da olsa yer verilen ilk plandır. Ayrıca, kamunun kaynakları özel sektöre kredi sağlayarak kullanması, ürün geliştirme ile birlikte pazar geliştirme ve turizm stratejilerinin de benimsenmesi konularına önem verilmiştir. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın diğer hedefleri aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1985):

- Turizm potansiyelinin değerlendirilmesi için kıyı turizminin dışında alternatif turizm kaynaklarının da ön plana çıkarılması,
- OECD ve OPEC ülkeleri, Balkanlar ve diğer üçüncü Dünya ülkeleri ile turizm ilişkilerinin geliştirilmesi,
- Çalışanların tatil ve dinlenme hizmetlerinden faydalanmalarının teşviki,
- Bireysel turizmin gelişiminin sağlanması,
- İç turizmde modern veri toplama tekniklerinin ve istatistiklerin kullanılması,
- Sivil toplum kuruluşları ve kamu-özel sektör-bilim kurumları arasında işbirliği yapılması,
- Turizme hizmet etmek üzere tarihi ve kültürel mirasların turizme restorasyonun yapılması.

I.4.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1990-1994) yerleşme şeklinin yoğunluğunun ülke çapında dengeli bir dağılıma sahip olması için orta büyüklükteki şehirlerin gelişmesinin desteklenmesinin esasına dayandığı belirtilmiştir. Büyük kentlerin ve metropollerin nüfuslarının giderek artacağı, ekonomik ve sosyal yapı etkilerinin

beraberinde artacağı öngörülmektedir. Bu yerlerde, fiziki plan, arsa, altyapı, ulaşım, istihdam, konut, eğitim, sağlık gibi alanlarda artacağı öngörülen sorunlara önlem alınması hedeflenmiştir. Kıyı bölgelerinde de yapı kümeleşmesinin önüne geçilecek yeni bir yasal düzenleme için gerekli çalışmaların yapılması amaçlanmıştır (DPT Altıncı 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1990).

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda turizm gelirlerinin %13,6 artarak 5 milyon dolara ulaşması, turist sayısının da %8,2 artarak 7,4 milyon kişiye ulaşması planlanmıştır. Planın başlarında 150.000 civarındaki yatak kapasitesinin dönem sonunda 350.000'den fazla olması öngörülmüştür. Bu dönemde turizm yatırımlarının doğal ve kültürel kaynaklar korunarak planlanması üzerinde önemle durulmuştur. Ayrıca, ilk defa yerel halkın küçük çaplı turizm yatırımlarına özendirilmesi gerektiği bu planda belirtilmiştir. Altyapı ve üstyapının iyileştirilmesi, turizmin tüm yıla yayılması, tesis doluluklarının ve niteliklerinin artırılması, aile pansiyonculuğunun özendirilmesi bu plan döneminin amaçlarıdır. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kapsamındaki diğer tedbirler aşağıda gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1990):

- Alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için cazip teşvikler verilmesi,
- Turizm faaliyetleri ve yatırımlarının çevre ve kültür peyzajına uygun bir şekilde uygulanması,
- Charter taşımacılığının gelişimi sağlanarak yerli seyahat şirketlerinin tur operatörü faaliyetlerinin özendirilmesi,
- Turistik tesislerin işletmeciliğinin geliştirilmesi, butik oteller, pansiyonlar gibi küçük işletmelerin ve aile işletmelerinin özendirilmesi,
- Vatandaşların uygun koşullarda turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması.

I.4.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1996-2000) kent planlamasının fiziki ve sayısal bilgi bazının geliştirilmesi, planlamada yeni yaklaşım ve teknolojilerin kullanımı ve faaliyet eksiklerinin giderilmesi hedeflenmiştir. Kente göç eden nüfusun kentleşme sorunları vurgulanarak eğitim kurumları, gönüllü kuruluşlar, sivil örgütler ve kitle iletişim araçlarıyla eğitsel uyum programları hazırlanması ve uygulaması amaçlanmıştır (DPT Yedinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, 1996).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında da beş ve altıncı beş yıllık kalkınma planlarındaki gibi sürdürülebilirlik üzerinde önemle durulmuştur. İkincil konutların (yazlıkların) turizme açılması, yerel halkın turizmin ekonomik faydalarından daha fazla pay alması, küçük ve orta ölçekli işletmelere teşvik verilmesi, rekabet gücü yüksek bir turizm endüstrisinin oluşturulması ve turizmin çeşitlendirilmesi, altyapı yatırım maliyetleri ve bunlardan faydalanan özel sektörün katılımı, pazarlama faaliyetlerine de özel sektörün katkısının sağlanması amaçlanmıştır. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik amaçların geride bırakıldığını gösteren ilk plan olması bakımından önemlidir. Yedinci plandan sonra artık turizm ile ilgili ekonomik yararlarının dışında, sosyal ve çevresel sorunların çözümüne dikkat çekmeye başlanmıştır. Yine bu dönemde 1998 yılında *Birinci Turizm Şurası* toplanmıştır. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının diğer politikaları aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 1996):

- Fiziki planların verimli bir şekilde kullanılması,
- Turizm talebinin coğrafi ve mevsimsel dağılımını sağlamak, mevsimsellik etkisini en aza indirmek ve turizmin diğer bölgelerde gelişmesi için alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi,

- *ATAK* (Akdeniz - Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi) projesinin uygulamaya konulması,
- Turizm talebinde ortaya çıkan trendler de değerlendirilerek, KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)'lere öncelik verilmesi,
- Sürdürülebilir ve sağlıklı bir turizm gelişimini sağlayabilmek için *Turizm Sektörü Ana Planı* (TUSAP)'ın oluşturulması ve uzun vadeli stratejiler belirlemek,
- Turizmde hizmet kalitesinin artırılması için sertifikasyon ve lisanslama sistemlerinin kullanılması.

I.4.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (2001-2005) kentleşmeyle birlikte meydana gelen uyum sorunlarına dikkat çekilmiştir. Hızlı kentleşme ve sosyal değişimin etkisinin devam edeceği, kültürel yozlaşmaya ve değer yargılarındaki zedelenmenin önüne geçilmesi amacıyla milli kültürün temel esasları çerçevesinde kent ve kentlilik kültürünün oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapılacağı vurgulanmaktadır (DPT Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, 2001).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, fiziksel çevrenin, sit alanlarının ve tarihi mekânların korunması, turizm sektörünün yapısal gücünün artırılması, yerel halkın turizme yönelik kararlara katılımının sağlanması, turizm eğitimi ve milli parkların turizme açılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, hava taşımacılığı olanaklarının artırılması gibi kararlar bu planın amaçlarındandır. Bu dönemde, *İkinci Turizm Şurası* toplanmış; spor etkinliklerine ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da turizm yatırımlarına öncelik verilmesi, Turizm ve Kültür Bakanlıklarının birleştirilmesi gibi önlemler alınmasının gerektiği

belirlenmiştir. Bu plan dönemine ait diğer politikalar aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2001):

- Turizm sektörünün gücünün artırılması, *Avrupa Birliği* tek pazar uygulamasının meydana getireceği olumsuz etkileri ortadan kaldırmak için pazar çeşitlendirmesinin sağlanması, kriz dönemlerinden en az etki ile sıyrılmayı sağlayacak tedbirlerin alınması,
- Turizm talebinin, turizm potansiyeli fazla olan fakat turizm hareketleri bakımından el değmemiş alanlara yayılması,
- Tüm yatırımların sürdürülebilirliği göz önünde bulundurarak, doğal, sosyal ve kültürel çevreyi olumsuz etkilemeyecek şekilde yapılması,
- Turizm yatırımlarındaki önceliğin pazarlamaya, hava taşımacılığına ve kalitenin iyileştirilmesine verilmesi,
- İstihdam sorunlarının çözümü için turizm eğitiminin yaygınlaştırılması, eğitim kalitesinin artırılması ve daha nitelikli bir işgücü için belgelendirme sisteminin oluşturulması,
- Turizmin gelişimine yönelik planları yapacak, yetkilendirmeyi ve denetimi etkin olarak sağlayacak yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi,
- Turizm talebinde coğrafi ve mevsimsel dağılımın sağlanması için alternatif turizm çeşitlerinin teşvikine devam edilmesi.

I.4.9. Dokuzuncu Kalkınma Planı

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) diğerlerinden farklı olarak yedi yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Yoğun göç ve çarpık kentleşmenin yol açtığı uyum sorunlarının, terör ve asayiş başta olmak üzere toplumsal birliği ve uyumu aşındırıcı

ortamlara neden olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda, ulusal ve yerel düzeyde, topluma uyum ve aidiyet duygusunu aşıl原因 önlemlerin alınmasının gerekliliğine dikkat çekilmiştir. Tarımda yaşanan yapısal değişim akabinde kente göç eden niteliksiz ve yoksul insanların işsizlik tehlikesini azaltmak için etkin istihdam politikalarının geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bütüncül bir gelişme stratejisi çerçevesinde, metropollerini küresel rekabette öne çıkaracak iş ve yaşam ortamının sağlanması amaçlanmıştır (DPT Dokuzuncu Kalkınma Planı, 2007).

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı bir önceki dönemde ortaya çıkan yüksek cari açık ile turizm gelirlerinin önemini daha fazla ön plana çıkarmıştır. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turist başına düşen gelirin artırılması, turizmin bölgeler arası gelir dengesizliklerini gidermekte kullanılması, sürdürülebilir turizm, kapasite artırımı yerine mevcut kapasitenin kullanımı ve doluluk oranlarının artırılması, yüksek katma değerli hizmetlerin sağlanması, turizmin çeşitlendirilmesi, kalitenin artırılması, turizminden alınan payın artırılması gibi amaçlar belirtilmektedir. Dönem sonunda turizm gelirlerinin 36,4 milyar dolara, turist sayısının ise 38 milyona ulaşması hedeflenmiştir. Bu dönemde alınması planlanan tedbirler aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2007):

- Turizmin kırsal kalkınmanın sağlanmasında bir araç olarak kullanılması,
- Kentsel altyapının geliştirilmesi,
- Turizm hizmetleri kalitesinin ve fiyatlarının artırılması,
- Turizmi, bölgesel gelir adaletinin sağlanmasında bir araç olarak kullanılması,
- Turizm ürününün çeşitlendirilmesi.

I.4.10. Onuncu Kalkınma Planı

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018) Türkiye'nin 2023 hedefleri kapsamında, toplumumuzun refah seviyesini yükseltme yolunda önemli bir kilometre taşı olacağı belirtilmiştir. Plan, küresel ekonomide geleceğe yönelik risklerin ve belirsizliklerin devam ettiği, dünya ekonomisinde değişim ve dönüşümlerin yaşandığı, yeni dengelerin ortaya çıktığı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında güç dengelerinin yeniden şekil aldığı bir ortamda hazırlandığı belirtilmiştir. Refah seviyesinin daha yükseltilmesini sağlamakta topluma yön verici, kısa vadeli yaklaşımların boyutunu artırarak uzun vadeli temel hedef ve öncelikleri ortaya koyacağı vurgulanmıştır. Kalkınmanın amacı insanların refah seviyesini artırmak, yaşam kalitelerini yükseltmek, temel hak ve özgürlüklerine güç katarak adil, güvenli ve huzurlu bir yaşam alanı sağlamak ve bunu kalıcı hale getirmektir. Bu çerçevede, Onuncu Kalkınma Planı kalkınmanın sürdürülebilirliğini hedef alan bir yaklaşımla hazırlanmıştır (DTP Onuncu Kalkınma Planı, 2014).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ülkemizin sağlık turizmi potansiyelinin önemi üzerinde durulmuştur. Özellikle batı ülkelerindeki yoğun yaşlı nüfusun sağlık ihtiyaçlarını karşılamada, ülkemizin ucuz ve kaliteli hizmet avantajı belirtilmiştir. Aynı zamanda, iklim değişikliği, çölleşme, enerji kaynaklarının azalması ve nüfus artışı gibi unsurların etkisi ile sürdürülebilir turizm kavramı ile birlikte bu planda “yeşil büyüme”, “eko-verimlilik” gibi yeni kavramlardan söz edilmektedir. Ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri bir önceki dönemde hızlı bir artış göstermesine karşın, turist başına düşen gelirin düşük olması bu plan döneminde de kaygılanmaya neden olmuştur. Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin kamunun etkinliğinin özel sektöre devredilmesi, etkinliğinin artırılması ve bu alanda teşvikler verilmesi özellikle vurgulanmıştır. Fiziksel kalitenin ve nitelikli

işgücünün sağlanması, ortalama turist harcamasının artırılması amacı ile gelir düzeyi yüksek olan kesime hitap eden ürün ve hizmetlerin ve devamlılığının sağlanması da bu dönem planları arasında belirtilmiştir. Ayrıca ilk kez afet riskinden söz edilmiş, kültür mirasının afet riski dikkate alınarak korunmasından bahsedilmiştir. Yöresel yiyecek içecek sektörünün önemi de bu planla belirtilmiştir. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın diğer amaçları aşağıdaki gibidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014):

- Sağlık turizmi öncü olmak üzere alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi,
- Turizm destinasyonlarında yerel halk ve Sivil Toplum Kuruluşlarının turizm ile ilgili karar mekanizmalarına katılımının sağlanması,
- Engellilere uygun fiziksel olanakların sağlanması,
- Nitelikten taviz vermeden, sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin desteklenmesi,
- Turizm merkezlerinde yapılaşmanın ve çevre sorunlarının getirdiği sorunlara çözüm üretilmesi,
- Turizm merkezlerini birbirine bağlayacak ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi,
- Özel sektörün pazarlama faaliyetlerine etkin katılımı için teşvikler verilmesi.

I.5. Yerel Kalkınmanın Temel İlkeleri ve Alanları

Yerel kalkınma, yerel kaynaklar üzerinde söz hakkına sahip olan merkezi idarenin yerel yönetim ve teşkilatları; yani belediye, bu kaynaklar üzerinde mülkiyet hakkı ya da tasarruf yetkisine sahip özel şahıslar, yatırımcı kuruluşlar ile doğrudan ya da dolaylı olarak bu çalışmalara katkıda bulunacak olan sivil toplum örgütleri, üniversiteler, meslek odaları arasında eş güdümlü olarak sağlıklı iş birliğini gerek görmektedir (Demircan, 2014: 13).

Yerel kalkınma herhangi bir kent veya bölgenin kendi içinde, dış dünyaya, çevreye karşı kayıtsız, ulusal ve uluslararası gelişmelerden uzak, kendi kabuğuna çekilmesi demek değildir. Bilakis bölgenin ve kentin daha geniş bir alanda aktif bir şekilde yer almasını gerektirir. Bu sebeple, birbirinden kopuk, ileri görüşü, ortak stratejisi, bu stratejileri hayata geçirecek politikaları içermeyen çalışmalar, o bölge veya kentte başlangıçta ekonomik ve ticari bakımdan hareketlilik getirirse de sağlıklı bir yaklaşım değildir. Yerel kalkınmanın ana noktaları şu şekilde sıralanabilir (Göymen, 2000: 5):

- Kalkınma insan odaklı olmalıdır. Yalnızca büyüme hedefli olan, büyümenin bireyleri ve toplumu nasıl etkilediğini göz ardı eden yaklaşımlar yetersiz olmaktadır.
- Kalkınma, mümkün olabildiğince eşitlikçi ve kapsayıcı olmalıdır. Belediyeler, kalkınmanın öncülüğünü üstlenirken, sonuçların toplumun değişik tabakalarına nasıl yansıdığını izlemeli ve gerekli durumlarda kalkınma sürecinden eşit paya sahip olamayan kesimleri, kollayıcı ve pozitif ayrımcı politikalar uygulamalıdır.
- Kalkınma; ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel boyutları olan çok yönlü bir şekilde ele alınması gereken bir süreçtir. Dolayısıyla, bu boyutlar arasında birbirini tamamlayıcı biçimde etki yaratılmalıdır.

I.5.1. Yerel Ekonomik Kalkınmanın Amaçları

Yörelere en belirgin temel amacı yerel ekonomik kalkınmadır. Bu amacı gerçekleştirmedeki temel ilke ise; yörenin var olan mevcut kaynaklarını ve imkanlarını en rasyonel ve verimli şekilde kullanmasıdır. Yörelere, yerel ekonomik kalkınma atılımlarını gerçekleştirebilmesi ve kalkınmaya engel olan tıkanıklıklarının ortadan kaldırılabilmesi

için yerel ekonomik kalkınma amaçlarının net bir şekilde tanımlanması gerekmektedir (Çarkçı, 2008: 40).

(Gül, 2004: 202), (Özgürel, 2012: 13-14) ve (Kaya ve diğ., 2007: 140-141)'e göre yerel ekonomik kalkınmanın amaçları şu şekilde sıralanmıştır;

- Yerelin ekonomik refah seviyesini ve yaşam standardını yükseltmek,
- Yerel alandaki işletmelere daha etkin çalışma olanakları sağlamak ve yerel alana yeni işletmeler kazandırabilmek için yörenin altyapısını geliştirmek ve yörede yaşam kalitesini arttırmak,
- Kendine özgü yerel ürünlerin ve kaynakların daha verimli bir şekilde pazarlanmasını sağlayarak, yeni fırsatlar elde etmek ve yerel-bölgesel ekonomiye dışarıdan kaynak girişinin artmasını sağlamak,
- Global ve ulusal ekonomide meydana gelen dönüşümlerin yerel ekonomi, işletmeler ve topluluk üzerinde ortaya çıkabilecek olumsuzlukları hafifletmek,
- Yerel halkın istihdam olanaklarını artırmak sunmak ve uzun vadeli kariyer fırsatları sağlamak,
- Yerel ekonomiye dışlanmış grupların yer almasını desteklemek ve yerel ekonomik kalkınma getirilerinden pay almada eşitlikçiliği gözetmek,
- Yerel alanın ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetlerin sağlanması için üstyapı olanaklarının geliştirilmesini sağlamak,
- Yerel kültürel mirasların korunması ve sosyal dayanışmanın kuvvetlendirilmesi ile huzurlu bir ortam sağlamak,
- Yerel ekonomik kalkınmanın devamlılığını sağlamaktır

Yukarıda sıralanan amaçlar dışında kalan ve bahsedilenlere ek olarak başka amaçlar da eklemek mümkündür. Her yörenin kendine özgü koşulları bakımından

kalkınma amaçları farklı şekillerde olabilir. Ancak yukarıda sayılan amaçlar içlerinden en ideal ve objektif olanlarıdır. Yerel ekonomik kalkınmada amaçların gerçekleştirilebilmesi için, bu amaçlara ulaştıracak doğru araçların tespit edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Çarkçı, 2008: 40).

Yerel kalkınmanın sağlanmasına hizmet edecek olan araçlar yörenin kalkınma amaçlarına ve yerel olanaklarına göre değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır (Özgürel, 2012: 14).

I.5.2. Yerel Ekonomik Kalkınmanın Araçları

Küreselleşmeye yönelik eğilimin ivme kazanması, rekabete dayalı kalkınma stratejilerinin ön plana çıkması, bölgelerin kendi kalkınma fırsatlarını yakalayacak stratejilerin geliştirilmesinde, merkezi yönetimin dışında kaynak bulma, iş birliğinin geliştirilmesini sağlama, bilgi ve teknolojiye yararlanma çabalarına hız kazandırmıştır (Akın, 2006: 296-297).

Tablo 1’de görüldüğü üzere, yerel ekonomik kalkınma araçları 1960’lardan günümüze kadar (1960-1980), (1980-1990) ve (1990-?) olarak üç farklı dönemden geçmiş ve her aşamasında kalkınma amaçları ve stratejileri doğrultusunda kendini yenileyip geliştirmiştir.

Tablo 1: Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımının Aşamaları

Aşamalar	Odak Noktaları	Araçlar
Birinci Aşama (1960-1980)	Altyapı yatırımları, Yerel olmayan ulusal yatırımlar, Hareketli sanayi yatırımları, Yabancı doğrudan yatırımlar,	Büyük ölçekli yardımlar, Pahalı sınıai istihdam teknikleri, Yatırımcıyı hedefleyen sübvans edilmiş krediler, Vergi indirimleri, Sübvans edilmiş altyapı yatırım ve kredileri,
İkinci Aşama (1980-1990)	Yerel yatırımlar, Küçük ölçekli yerel yatırımlar, Altyapı yatırımları, Belirli sektörlerdeki yabancı doğrudan yatırımlar,	Bireysel yatırım ve işyerlerine doğrudan ödeme şeklinde yardım, Yerel yatırımların artması için uygun ortamın hazırlanması, Küçük ve orta ölçekli işletmeler için danışmanlık ve iş eğitimi, Teknik destek, İş başlatma desteği, Altyapı yatırımları,
Üçüncü Aşama (1990-?)	Kamu ve özel sektör ortaklıkları, Yerelin rekabet gücüne katkı sağlayacak dış yatırımlar, Altyapı yatırımları, Üretim şebekeleri,	Yerel şirketlerin büyümesini amaçlayan konsensüse dayalı bir strateji geliştirmek, Rekabete dayalı bir yerel yatırım ortamı oluşturmak, Şebekeleşme ve iş birliğine teşvik ve destek, İş kümelerinin oluşmasına teşvik, İşgücü geliştirme eğitimine teşvik, Küme gelişimini destekleyecek dış yatırımlar, Yaşam kalitesini yükseltmek, Kamu yararları için özel sektör yatırımlarının faaliyetleri ve şebekeleşmesi ve gerektiğinde piyasaya müdahalede bulunmak.

Kaynak: (Yalçınan ve Çavuşoğlu, aktaran Özgürel, 2012: 15).

Yukarıdaki aşamalar incelendiğinde; 1960'lardan günümüze yerel birikimlerin yatırıma dönüşmesi, doğrudan yabancı sermayenin çekilmesi hedefinin yerini almaya başladığı söylenebilir. Geline aşamada bu ikilinin seçilmiş bileşenlerinin uyumlu bir şekilde çalışması hedeflenmektedir.

Öte yandan doğrudan destek ve teşvikler yerini, artık dolaylı destek ve teşviklere bıraktığı görülmektedir. Son aşamaya gelindiğinde insana güven ilkesinden yola çıkılarak işgücü ve yatırımcılar için sosyal, mekânsal ve insani politikalar ile işgücü ve yatırımcıların yeni organizasyon modelleri ile yakından ilgilenilmektedir. İşgücü-işyeri arasında uyum ve bu yöndeki politikalar temel bileşenler arasında yer almıştır. Değişmeyen ise her aşamada gerekliliğidir. Dünyadaki örnekler incelendiğinde yerel yönetimler ekonomik gelişmenin sağlanması için farklı yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Farklılıklar yerel yönetimlerin etkinliği, yerel ekonominin özellikleri ve gelişmişlik doğrultusunda şekillenmiştir (Yalçın ve Çavuşoğlu, aktaran Özgürel, 2012: 15-16).

I.6. Turizm ve Yerel Kalkınma İlişkisi

Yerel kalkınmaya yönelik girişimler ilk zamanlar neredeyse sadece sanayi alanı üzerindeki çalışmalarda yer almıştır. Günümüzde ise, yerel kalkınma daha fazla zenginlik göstermekte; yalnızca sanayi ile sınırlı kalmayıp, turizm, tarım, ticaret, balıkçılık ve diğer sektörlerde de önemli girişimlere öncü konuma gelmiştir. Yerel kalkınma temelini daha çok, kırsal sanayi, tarımsal kalkınma ve turizm üzerinden almaktadır. Bu bağlamda, burada turizmin yerel kalkınma üzerindeki rolü ve önemi üzerinde durulacaktır (Demircan, 2014: 32).

I.6.1. Turizmin Yerel Kalkınmadaki Rolü

Turizm, insanların boş vakitlerini değerlendirmek amacı ile yapılan, maddi bir kazanç sağlama amacı olmadan, toplu veya bireysel bir şekilde gerçekleştirilen seyahatlerdir. Gidilen yerde en az bir gün ya da bir gece konaklamak suretiyle yapılan, bu zaman zarfında dinlenme, eğlenme, spor, sağlık amacıyla yapılan seyahatler, kültürel faaliyetler, dost ve akraba ziyaretleri gibi faaliyetlerden oluşan sosyal, ekonomik ve kültürel bir faaliyet ve hizmet sektörüdür (Akıllı, 2004: 18-19).

Gelişmekte olan ya da az gelişmiş bölgeler turizmin gelişiminde üç açıdan elverişli olmaktadır. İlk olarak, turistler endüstrileşmiş yerlerden ve kalabalık ortamlardan uzaklaşmayı tercih ettiklerinden, az gelişmiş bölgeler sessiz ve korunmuş doğa güzellikleri ile önemli bir turizm çekiciliğine sahiptirler (Williams ve Shaw, 1995: 52). Bu durum da özellikle de 1970'lerden itibaren kitle turizm katılanlarının en çok arzu ettikleri bir durumdur.

İkinci olarak, çağdaş turistler yerel, doğal ve benzersiz turizm ürünlerinin peşindedirler. Son olarak ise, turizm sektörü, kalkınmayı, yerel ve bölgesel kaynaklar ve potansiyel ile birleşim konsepti ile uyumludur. Genel yargı, yerel katılım ile turizm sektörünün daha iyi geliştiği, yerel kaynaklara ve geleneklere bağımlı olduğu yönündedir (Urry ve diğ.). Çünkü bu yerel alanların kendine özgü çekicilikleri olduğu için turizm talebini artırıcı etkisi olmaktadır.

Turizm sektörü bölgesel veya yerel kalkınmanın sağlanması ve kaynakların etkin kullanımını açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu sektör, bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde etkili olmaktadır. Çünkü tarım ve sanayi sektöründe yeterli kaynak ve gelişme potansiyeli olmayan bölgeler zengin turistik değerlerini etkin bir şekilde

kullanmaları sonucunda turistik açıdan dengeli bir şekilde kalkınma imkanına sahip olacaktır (Çeken, 2008: 298).

Yerel kalkınmanın sağlanması için önemli sektörlerden biri olan turizm bir yandan ekonomik kalkınmayı hedeflerken diğer yandan da tarihi, kültürel ve turistik yönden çekici olan ekolojik alanların korunması ve restore edilmesi hedeflemektedir. Bu bağlamda yerel kalkınma ve turizm ilişkisi; turizm ve çevre aracılığı ile ekonomiye katkı sağlama, gelişmede denge sağlama, sektörler ve bireyler arasında dengeli bir gelişme sağlarken, kültürel, doğal ve fiziksel çevreyi koruma, turistlere hizmet verirken, yerel halkın da ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak sürdürülebilir turizm stratejilerini oluşturmaktadır (İnskeep, 1991: 174).

Diğer yandan, özellikle ekonomik nedenlerden dolayı kitle turizmini destekleyen ülkelerde ortaya çıkan tecrübeler, turizmin zamanla yöredeki sosyal yapı, kültürel değerler ve doğal kaynaklar açısından olumsuz etkilere yol açabileceğini göstermiştir. Günümüzde, turizm toplumlar için her ne kadar önemli bir yere sahip olsa da turizmin sürdürülebilir gelişimine olan ihtiyaç hala devam etmektedir (Güneş ve Küçük, 2013: 28). Bu nedenle turizmin doğru yönetilerek ve sürdürülebilir bir şekilde ele alınması daima temel amaç olmalıdır (Güneş, 2011: 50).

İKİNCİ BÖLÜM

BARTIN'IN EKONOMİK VE SOSYAL ANALİZİ

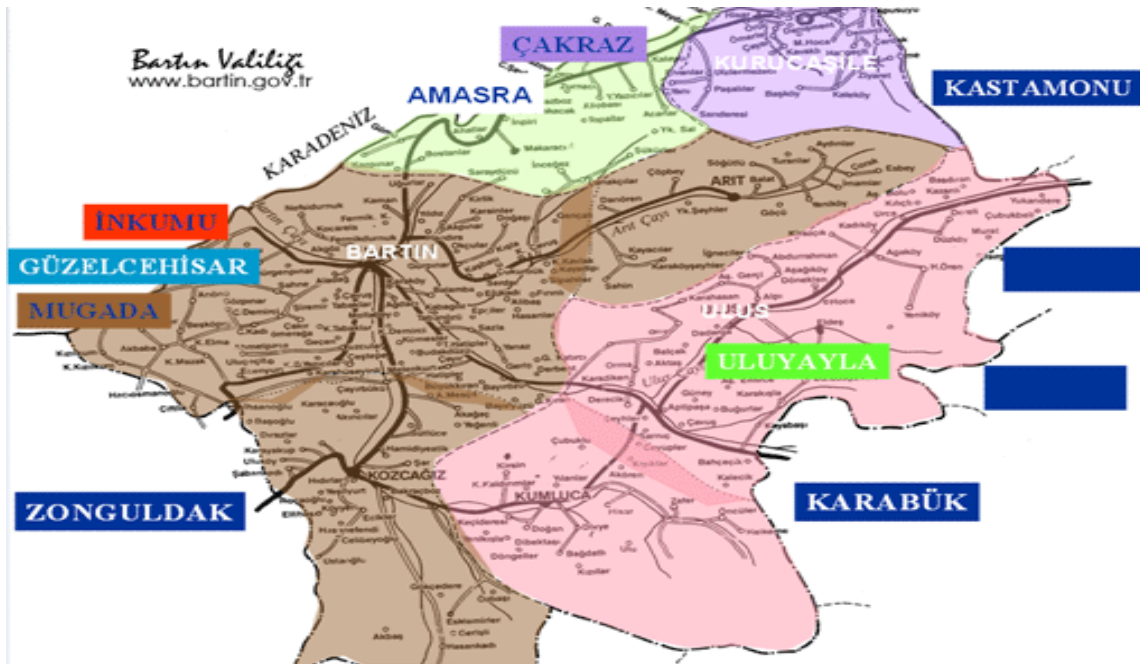
II.1. Sosyal Analiz

II.1.1. Coğrafi Özellikleri

Batı Karadeniz Bölgesinde denizden 12 km içeride kurulmuş olan Bartın; tarihi, ormanları ve doğal güzellikleri yönünden çok önemli değerlere sahiptir. Bartın ili, doğusunda Kastamonu, güneyinde Karabük ve batısında Zonguldak illeri ile sınırdır. Kuzeyinde Karadeniz yer alır (Şekil 1).

İl yüzölçümü 2143 km²'dir ve ülke topraklarının %0,3'ünü kaplamaktadır. Bartın, Karadeniz'de 59 km'lik sahil şeridine sahiptir. Aynı adı taşıyan merkez ilçe, Bartın çayını oluşturan Kocaçay ve Kocanaz çayı ile çevrelenmiştir. Merkez ilçe yüzölçümü 1151 km² dir. Karadeniz'e Bartın ırmağı yoluyla bağlanmış olması ve ırmak üzerinde taşımacılık yapılabilmesi, Bartın için her zaman büyük bir avantaj olmuştur.

Şekil 1: Bartın İli Konum Haritası



Kaynak: <http://www.bartın.gov.tr/merkezilce>

Tablo 2: Komşu İllere Olan Uzaklık

İLÇENİN ADI	İLE OLAN UZAKLIĞI (KM)
Zonguldak	89
Karabük	89
Kastamonu	183

Tablo 3: İlçelere Olan Uzaklık

İLÇENİN ADI	İLÇEYE OLAN UZAKLIĞI (KM)
Amasra	19
Kurucaşile	52
Ulus	37

Kaynak: <http://www.bartın.gov.tr/merkezilce>

Bartın; doğu, batı ve kuzeyden yüksekliği 2000 metreyi aşmayan dağlarla çevrilidir. Dağlar, fazla yüksek olmamakla beraber oldukça dik, kıyılara doğru sarp ve kayalıktır. En yüksek noktası Keçi kıran Tepesi'dir. (1619 m.). İlin önemli dağlarını; Aladağ, Kocadağ, Karadağ, Kayaardı, Karasu ve Arıt dağları oluşturmaktadır. Kent merkezini batıdan Aladağ, kuzeyden Karasu dağları ve doğudan Arıt dağları kuşatmaktadır.

Bartın'ın en önemli akarsuyu, milattan önceki dönemlerde Parthenios adı ile bilinen ve kente adını veren Bartın Irmağı'dır. Bartın Irmağı'nın iki ana kolunu oluşturan

Kocaçay ve Kocanaz Çayı, Bartın merkezinde Gazhane Burnu'nda birleşip 14 km yol kat ederek Boğaz mevkiinde Karadeniz'e ulaşır.

Kocanaz Çayı; güneyden başlayıp Kozcağız'dan kuzeye doğru akarken, 107 km uzunluğundaki Kocaçay; Kastamonu'dan gelip Ulus'tan geçen Göksu ve Eldeş Çayları (Ulus Çayı) ile bunlara dahil olan derelerden oluşmaktadır. Arıt ve Mevren derelerinden oluşan Kozlu Çayı ile birleşen Kışla Deresi, Akpınar ve Karaçay dereleri Kocaçay'ı besleyen akarsulardır. Diğer önemli akarsuları; Kapısu ve Tekkeönü dereleri ile Ulus-Uluyayla'yı sulayan Ovaçayı ve İnönü dereleridir.

Bartın Irmağı; üzerinde 500 tonluk gemilerle Karadeniz'den kente kadar ulaşım sağlanabilen en düzenli akarsudur. Akış hızı saatte 720 metre. olup, denize her yıl 1.000.000.000 m³ su akıtmaktadır.

II.1.2. İklim ve Bitki Örtüsü

II.1.2.1. İklim

Bartın'da yazlar sıcak, kışlar da serinliğin hâkim olduğu Ilıman Deniz İklimi (Karadeniz İklimi) yaşanmaktadır. Hemen her mevsim yağış mevcuttur. Bartın'a Türkiye ortalamasının iki kat fazlası yağış düşmektedir. Yağış miktarı merkezde 1066 mm'dir. Yüksek kesimlerde bu rakam 1200 mm'ye kadar ulaşmaktadır. Denize yakınlığı ve pek yüksek olmayan dağ sıralarının kıyıya paralel oluşu nedeniyle, genellikle kıyı şeridinde sıcaklık farklarının azalmasına, nemin artmasına ve Balkanlardan gelen hava kütlelerinin etkisine neden olmaktadır.

Tablo 4: İlde Ölçülen Bazı Meteorolojik Veriler (1964-2016)

Ölçülen en yüksek sıcaklık	42,8 C°
Ölçülen en düşük sıcaklık	-18,6 C°
Günlük ölçülen en yüksek yağış	161,1 kg/m ²
Ölçülenen yüksek kar kalınlığı	109,0 cm
Ölçülen en yüksek rüzgâr hızı	103,7 km/saat
Ortalama Sıcaklık (°C)	12.8
Ortalama En Yüksek Sıcaklık (°C)	19.0
Ortalama En Düşük Sıcaklık (°C)	7.6
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	67.2
Ortalama Yağışlı Gün Sayısı	140.0
Aylık Toplam Yağış Miktarı Ortalaması (mm)	1040.5

Kaynak: <https://www.mgm.gov.tr/>

II.1.2.2. Bitki Örtüsü (Florası)

Bartın'daki ormanlık alanlar, bitki ve ağaç türü çeşitliliği ile yaban hayvanları yönünden Türkiye'nin en ilgi çeken ve en zengin ormanlık alanlarına sahiptir. İklim özellikleri sayesinde oldukça zengin bitki örtüsüne sahip olan Bartın, Türkiye'nin başlıca orman bölgelerinden birini oluşturmaktadır. Ormanların yoğunluğu yer yer artış göstermektedir. İl yüzölçümünün %56'sını ormanlık alanlarla kaplıdır.

Kastamonu ve Bartın il sınırları içinde yer alan Küre Dağları'nın batı kesimi, Bakanlar Kurulu kararı ile Kastamonu-Bartın Küre Dağları Milli Parkı olarak kabul edilmiştir. Bu durum, başta dağ turizmi olmak üzere bölgede yeni bir turizm fırsatının doğmasına olanak sağlamıştır. Ormanların geçmişten miras kalan zenginliğini korumak ve

geleceğe daha zengin orman kaynakları bırakabilmek için çalışmalar yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Bu çalışmalar genellikle Bartın ve yöresinin yeşilliğini korumak ve kalıcı olmasını amaçlamaktadır.

Bartın'ın bitki örtüsünde geniş bir yere sahip olan ormanlar genellikle yayvan ve iğne yapraklı ağaçlardan oluşmaktadır. Sahil boyunca 600 metre. Yüksekliğe kadar ulaşabilen alanın karakteristik ağaçları; meşe, kayın ve gürgendir. Sahilden içeride ve 1500 m'den yüksek kesimlerde; kayın, kestane, köknar ve çam türleri, sahil şeridinde de ceviz, kestane ve fındık yaygındır. (Son yıllarda mandalina, portakal ve kivi yetiştiriciliği de yer almaya başlamıştır.)

Toprak özelliği ve iklimi bağ-bahçe tarımına uygun olan yörenin ürün modeli arasında; tarla ürünleri ile sebze ve meyve türlerinin neredeyse tümü sayılabilmektedir.

Ayrıca; son yıllarda festivali de düzenlenen kaliteli çilek yetiştiriciliği dikkat çekmektedir.

II.1.2. Ulaşım

II.1.2.1. Karayolu

Bartın'ın şehirlerarası ulaşımını gerçekleştiren karayolu; batısında Çaycuma-Devrek (Zonguldak) – Mengen-Yeniçağa (Bolu), güneyinde de Safranbolu (Karabük)-Gerede (Bolu) üzerinden E-80 otoyolu ile E-5 devlet yoluna ulaşmaktadır. Doğusunda Cide (Kastamonu), güneyde de yine Safranbolu (Karabük) üzerinden Orta ve Doğu Karadeniz ve İç Anadolu'ya ulaşım sağlanmaktadır.

Bartın İlinin karayolu uzunluğu toplam 298 km olup, bunun 139 km'si devlet yolları, 159 km'si de il yolları ağında yer almaktadır. İl yollarının 8 km'si ve devlet yollarının 72 km'si bölünmüş yoldan oluşmaktadır.

Tablo 5: Bartın merkez ilçenin, diğer ilçelere ve bazı illere uzaklığı

Bartın İli Sınırlarındaki Yol Ağı		Bartın İlinin Belli Başlı İllere Uzaklığı	
Niteliği	Uzunluğu (km)	İller	Km
Devlet Yolu	139	İstanbul	420
İl Yolu	159	Bolu	174
Ara Toplam	298	Zonguldak	89
Otoyol	-	Ankara	283
Köy Yolu	1.951,44	Karabük	89
Orman Yolu	1.400	Kastamonu	183

Kaynak: <http://www.bartın.gov.tr/ulasim>

II.1.2.2. Denizyolu

Bartın İli sınırları içerisinde Bartın, Amasra ve Kurucuşile’de olmak üzere toplam üç adet liman bulunmaktadır.

II.1.2.2.1. Bartın Limanı

Bartın Limanı 1965 yılında inşa edilerek 10.06.1966 tarih ve 6 / 6548 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile askeri hizmetlere ayrılan bölümlerin haricindeki kısımların kullanımını Bartın Belediyesince yapılmaktadır. 15.05.1995 tarih ve 2136 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yabancı bayraklı gemilerin girişine açılmıştır. Hala 2004 yılında yürürlüğe giren ISPS kod çerçevesinde güvenlik seviyesi 1 olan liman, gerekli sertifikasyonu yapılmış olarak belli cins gemiler için uluslararası deniz taşımacılığına açık durumdadır.

Yük ve yolcu taşımacılığında uluslararası liman olarak hizmet vermekte olan Bartın Limanı öte yandan yük ve yolcu giriş-çıkış gümrük kapısıdır. 480 m rıhtım uzunluğuna sahip olan Bartın Limanının su derinliği 6-8 metredir. Rıhtıma aynı anda 2 adet 5-6 bin tonluk gemi veya 6 adet 200-500 tonluk motor yanaşabilmektedir.

Bartın Limanı'ndan daha çok; (*)

İhraç Malları: Profil demir, çimento, alçı, diatomit (Toprak), katran ve inşaat malzemeleridir. İthal Malları; Kütük demir, kömür, tomruk ve kağıt sevkiyatı yapılmaktadır. (*Gümrük Müdürlüğü verileri)

Tablo 6: Yük Çeşitleri

İhraç Malları	İthal Malları	Türk Limanlarına Giden / Yükleme	Türk Limanlarından Gelen / Boşaltma
Profil demir Diatomit Madeni Alçı Çimento İnşaat Malzemeleri Narenciye	Kütük Demir Tomruk Kağıt Hamuru Kömür	Kireç Tuğla Curuf Kömür	Kütük Demir Kömür

Tablo 7: Limana Gelen Gemi Sayısı

Yıllar	Türk Bayraklı	Yabancı Bayraklı	Toplam
2013	357	274	631
2014	277	254	531
2015	248	185	433
2016	159	162	321
2017	135	229	364

Tablo 8: Bartın Limanı Yükleme Boşaltma Durumu (Ton)

Yıllar	Yükleme	Boşaltma	Toplam
2013	914.142	864.803	1.778.945
2014	773.989	710.092	1.484.078
2015	699.800	765.979	1.465.779
2016	444.917	678.417	1.123.334
2017	658.247	636.577	1.294.824

Kaynak: <http://www.bartınliman.gov.tr>

Bartın sahillerinde yer alan ve ulusal ticari liman statüsünde olan Amasra ve Kurucaşile limanları ile Tekkeönü Balıkçı Barınağı'nın yat limanı olarak gelişme potansiyeline sahip olduğu öngörülmektedir.

II.1.2.2.2. Amasra Limanı

Liman inşaatının tamamlanmasının ardından 1984 yılında DLH tarafından Belediye Başkanlığına geçici devir tutanağı ile devredilmiştir. Ana ve tali mendirekler ile korunan deniz alanı içerisinde 210 metre uzunluğunda rıhtım hüviyetinde yanaşma yeri mevcuttur.

30.11.2011 tarihi itibarıyla başlanan "Amasra Limanı Yolcu İşkelesi ve Küçük Tekne Yanaşma Yeri" inşası 2013 yılında tamamlanarak hizmete açılmış ve Bakanlık tarafından 27.09.2013 tarihinde Belediye Başkanlığına devir ve teslimi gerçekleşmiştir.

Liman faaliyetlerinin büyük bir bölümünü güneybirlik yolcu taşımacılığı yapan yolcu motorları, ticari yatlar ve özel tekneler ile balık avlama gemileri oluşturmaktadır.

Amasra Limanı'na 30/06/2017 tarihi itibarıyla 463 gemi ve 868 gemi adamı kayıtlı bulunmaktadır.

II.1.2.2.3. Akkonak Limanı

Liman merkezine 20 km mesafe uzaklıktaki Akkonak Köyü'nde, Alkan Madencilik isimli özel şirket tarafından yaptırılan 112 metrelik rıhtım 06.06.2010 tarihinde gemi trafiğine açılmış olup, Ambarlı ve Ünye limanlarına ayda ortalama 10 gemi blok mermer yüklemesi yapılmaktadır.

II.1.2.2.4. Kurucaşile Balıkçı Barınağı

Liman inşaatının tamamlanmasının ardından 1990 yılında DLH tarafından Belediye Başkanlığına geçici devir tutanağı ile devredilmiştir. Balık avlama gemileri ile kabotaj hattında çalışan ticari gemileri faaliyet göstermektedir.

Amasra Liman Başkanlığı idari sınırları çerçevesindeki Kurucaşile Balıkçı Barınağı'ndan, Kurucaşile ilçesi sınırları içinde bulunan Başköy'de Trakya Cam Sanayi tarafından işletilmekte olan maden ocağı hizmet dışında olduğundan dolayı 2014 yılı faaliyet dönemi içerisinde 2.860 ton kuvars madeni yüklemesi ve 11.100 ton blok mermer yüklemesi yapılmıştır.

II.1.2.2.5. Tarlaağzı Balıkçı Barınağı

Amasra merkeze 7 km mesafede bulunmakta olan ve yapımına 1995 yılında başlanıp, 2005 yılında tamamlanmıştır. 2007 yılında Tarlaağzı Su Ürünleri Kooperatifi'ne kiralanmıştır. Barınaktan; balık avlama gemileri, yatlar ve yolcu motorları faaliyet göstermektedir.

II.1.2.2.6. Tekkeönü Balıkçı Barınağı

Liman il merkezine 38 km mesafede bulunmakta olup Köy Tüzel Kişiliği tarafından işletilmektedir. Balık avlama gemileri faaliyet göstermektedir.

II.1.2.3. Demiryolu

Bartın ili sınırları içinde demiryolu ağı bulunmamakta olup demiryolu ile ulaşım, il merkezine 38 km uzaklıktaki Saltukova Tren İstasyonu ile sağlanmaktadır.

II.1.2.4. Havayolu

Bartın'a en yakın havalimanı, 38 km uzaklıktaki Saltukova (Zonguldak) Havalimanı'dır. Havaalanı 2009 Temmuz ayı itibarı ile faaliyete geçmiştir.

II.1.3. Nüfus ve İdari Durum

II.1.3.1. Nüfus Durumu

Bartın ilinin nüfusu TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine (ADNKS) göre 192.817'tir. Nüfusun %49,45'ini 95.131 kişi ile erkekler, %50,55'ini 97.258 kişi ile kadınlar oluşturmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre 2017 sonuçlarına nüfusun %43,01'i (83.120) şehirde, %56,99'u (110.457) kırsal kesimde yaşamaktadır.

II.1.3.2. İdari Durum

Bartın ili 7.9.1991 tarihinde 28.08.1991 tarih ve 3760 sayılı kanunla Türkiye'nin 74. ili olarak Zonguldak ilinden ayrılarak hüviyetine kavuşmuştur. Merkez, Amasra, Ulus, Kurucaşile olmak üzere 4 İlçesi; Kozcağız, Kumluca, Abdi paşa ve Hasan kadı Beldeleriyle birlikte 8 Belediye ve 265 Köye sahiptir.

Tablo 9: Bartın İli Genel Nüfus Durumu

YERLEŞİM YERLERİ		2017	2016	2015	2014	2013	2012
BARTIN	Şehir Nüfusu	71.485	68.881	66.091	63.253	61.289	56.557
	Belde / Köy Nüfusu	79.804	80.732	81.381	81.977	82.984	86.705
	Toplam	151.289	151.613	147.472	145.230	144.273	143.262
AMASRA	Şehir Nüfusu	6.589	6.684	6.666	6.288	6.640	6.601
	Belde / Köy Nüfusu	8.278	8.300	8.401	8.588	8.701	8.683
	Toplam	14.867	14.984	15.067	15.376	15.341	15.284
KURUCAŞİLE	Şehir Nüfusu	1.828	1.803	1.796	1.797	1.826	1.738
	Belde / Köy Nüfusu	4.693	4.873	4.963	5.047	5.233	5.472
	Toplam	6.521	6.676	6.759	6.844	7.059	7.210
ULUS	Şehir Nüfusu	3.218	3.188	3.274	3.247	3.240	3.255
	Belde / Köy Nüfusu	17.682	17.928	18.136	18.708	19.226	19.425
	Toplam	20.892	21.116	21.410	21.955	22.466	22.680
BARTIN GENEL TOPLAMI	Şehir Nüfusu	83.120	80.556	77.827	65.856	63.984	48.002
	Belde / Köy Nüfusu	110.457	111.833	112.881	121.435	123.774	136.176
	Toplam	193.577	192.389	190.708	189.405	189.139	188.436

Kaynak: TÜİK

II.1.4. Üniversite

5765 sayılı ve 22.05.2008 tarihli kanunla kurulan Bartın Üniversitesi'nde; 7 Fakülte, 3 Enstitü, 1 Yüksekokul, 3 Meslek Yüksekokulu ile 3 Araştırma ve Uygulama Merkezi bulunmaktadır. Şehir merkezine 5 km uzaklıkta olup 87.520,00 m² kampüs alanına sahiptir.

2011-2012 eğitim öğretim yılında yeni fakültelerin açılması ve öğrenci sayısındaki artış nedeniyle Meslek Yüksekokulundaki derslik ve idari bina ihtiyacı, kampüs alanı dışında Türbe Yanı Mevkii Karaköy Mahallesi'nde tahsis edilen 4.340 m²'lik lise binasında düzenlemeler yapılarak karşılanmıştır.

Meslek Yüksekokulunun yeni açılan Yat İşletme ve Yönetimi ile Gemi İnşaatı programları Kurucaşile ilçesinde mülkiyeti belediye ait olan binanın 518 m² lik kısmında, Tekstil Teknolojisi ile Ormancılık ve Orman Ürünleri programları ise Ulus İlçesinde 2016 yılında yapımı tamamlanan Meslek Yüksekokulu binasında eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir.

Kutlubey Kampüs alanı Kutlubey yazıcılar ve Esenyurt Köyleri sınırları içerisinde kalan 1.162.781,55 m²'lik alan olarak belirlenmiş ve kamulaştırmanın %98'i tamamlanmıştır.

Sözel Derslik Binası, Edebiyat Fakültesi İdari Binası, Mühendislik Fakültesi İdari Binası, Trafo ve Dağıtım Merkezi Binası ile Öğrenci ve Personel Yemekhanesi Binaları inşaatının yapımı 2016 yılında tamamlanmış olup, 2016-2017 yılında Edebiyat ve Fen Fakülteleri Kutlubey Kampüsünde eğitim-öğretim faaliyetlerine başlamıştır.

2016-2017 öğretim döneminde personel sayısı 537'si akademik ve 239'u idari olmak üzere toplam 776 kişidir. Öğrenci sayısı 6.237'si kız, 7.391'i erkek olmak üzere toplam 13.628 öğrenciye sahiptir.

Tablo 10: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Fakültelerde Kayıtlı Öğrenci Sayısı

Fakülte	Öğrenci Sayısı
Orman Fakültesi	365
Fen Fakültesi	381
Edebiyat Fakültesi	1.419
Eğitim Fakültesi	1.203
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	2.369
İslami İlimler Fakültesi	692
Mühendislik Fakültesi	1.851
Toplam	8.280

Tablo 11: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Meslek Yüksekokullarında Kayıtlı Öğrenci Sayısı

Meslek Yüksekokulu Adı	Öğrenci Sayısı
Bartın Meslek Yüksek Okulu	2.746
BESYO	1.168
Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu	1.270
Toplam	4.016

Tablo 12: 2016-2017 Eğitim Öğretim Yılında Enstitülerde Kayıtlı Öğrenci Sayısı

Enstitü Adı	Öğrenci Sayısı
Sosyal Bilimler Enstitüsü	290
Fen Bilimleri Enstitüsü	517
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	312
TOPLAM	1.119

Kaynak: Bartın Üniversitesi, 2017

II.2. Ekonomik Alan

Bartın ili, 2012 yılında açıklanan yeni yatırım teşvik sistemine göre 4. (Ekonomi Bakanlığı, 2012) bölgede yer almaktadır.

Bartın, iller sosyo- ekonomik gelişmişlik sıralamasında 48. (Kalkınma Bakanlığı, 2011) sırada yer almaktadır.

Ekonomik yapıyı şekillendiren temel unsurlar; madencilik, sanayi, tarım, ticaret, turizm ve ormancılık sektörleri yer almaktadır. Ayrıca; el işlemleri, tel kırma, dokumacılık, ağaç oymacılığı (çekicilik), gemi yapımıcılığı, taş sac yapımı, günümüzden gelen belli başlı el sanatları faaliyetleri de yer almaktadır.

Milli gelirin sektörel dağılımına bakıldığında (TR81 Zonguldak, Karabük, Bartın) hizmetler sektörü (%54,3) birinci sırada yer alırken, onu sanayi sektörü (%39,7) ve tarım sektörü (%6,0) takip etmektedir (TUIK, 2011).

TUIK 2011 verilerine göre gayri safi katma değer (GSKD) TR81 Bölgesi (Zonguldak-Bartın-Karabük) için 8.536\$'dır.

II.2.1 Temel Geçim Kaynakları

Bartın ilinin iç ve dış ticaretinin temel hacmini tarım ve sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Temel tarım ürünleri buğday, arpa, mısır, yulaf, fındık, ceviz, kestane, elma, armut, ayva, kiraz, erik, muşmula, şeftali, kızılılık, çilek, kivi, dut; sanayi bitkileri ise ayçiçeği, sarımsak, soğan, patates ile nohut, fasulye, bakla ve bezelye gibi baklagillerdir. Hayvancılık ise düşük oranda yapılmaktadır. Su ürünleri yönünden oldukça zengin bir kaynağa sahiptir.

Bartın ilindeki sanayi tesisleri toprak, plastik, mobilya, makine, konfeksiyon, gıda (konserve, süt ve süt ürünleri, helva, doğal kaynak suyu, defne yaprağı ve am fıstığı) ve madencilik ve tekstil-konfeksiyon sanayi ağırlıklıdır (Bartın Belediyesi, 2014: 80).

Tablo 13: Bartın İli İhracat ve İthalat Tutarları

Yıllar	İhracat (\$)	İthalat (\$)
2007	4.055.000	16.692.000
2008	9.632.000	8.143.000
2009	14.659.000	8.950.000
2010	15.694.000	9.316.000
2011	20.625.000	14.850.000
2012	14.116.000	15.211.000
2013	20.314.000	8.957.000
2014	11.176.000	9.325.000

Tablo 14: Bartın Limanı İhracat ve İthalat Durumu

Yıllar	İhracat (\$)	İthalat (\$)
2007	177.080.000	171.388.000
2008	161.751.000	227.778.000
2009	139.202.000	143.178.000
2010	127.349.000	211.949.000
2011	127.298.000	277.638.000
2012	138.880.000	189.331.000
2013	138.282.000	217.282.000
2014*	188.235.000	187.367.000

Kaynak: Bartın Belediyesi, 2014 (*2014 yılı ilk 5 ayık verileridir.)

Tablo 15: Bankacılık

İlde Bulunan Mevduat Bankaları		Şube Sayısı
Kurumsal Sermayeli Bankalar	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	7
	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	1
	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	2
Özel Sermayeli Bankalar	Akbank T.A.Ş.	1
	Türkiye İş Bankası A.Ş.	4
	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	1
	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	1
Yabancı Bankalar	Denizbank A.Ş.	1
	Finans Bank A.Ş.	1
	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	1
	ING Bank A.Ş.	1
Toplam Şube Sayısı		21
İlde Bulunan Banka Sayısı	12	
*Türkiye Bankalar Birliği'nin 2016 Yılı Verileri Kullanılmıştır. (Veriler Haziran-Temmuz Döneminde Güncellenmektedir.)		

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği, 2016

II.2.3. Değerlendirilebilir Kaynaklar

Kültür Turizmi: En eski yerleşim merkezlerinden biri olan ve özellikle ülke ölçeğinde turizm potansiyeli bulunan Amasra 'da; müze, kale, kuşkayası yol anıtı, yeraltı galerisi ve kiliseler (Fatih Camii ve Sanat Evi) ile Roma Meclis Sarayı (Bedesten) kalıntılarını bulunmaktadır. Turizmde yeterli seviyede kullanılmayan mevcut kaynaklar ile henüz açığa çıkarılmayan zengin antik değerlere sahiptir.

Bartın genelinde; 400 yıllık bir geleneği yansıtan ahşap yat ve tekne yapımıcılığı, hediyelik eşya, tel kırma gibi geleneksel el sanatları faaliyetleri ve diğer folklorik özellikler ile yöre mutfağı, Aya Nikolas Kilisesi (Kültür Evi), höyükler ile Osmanlı dönemi eserlerinden camiler, köprüler, hanlar, hamam ve ahşap Bartın evleri yer almaktadır.

Kurucaşile’de; Kromna kenti kalıntıları olan Tekkeönü kalesi, mahzen ve galeri ile Yedikuyular kültür turizminde değerlendirilebilecek kaynaklar arasındadır.

Şekil 2: Kuşkayası Yol Anıtı



Deniz Turizmi: Bartın’ın olağanüstü güzellikler sergileyen kıyı kesiminde henüz keşfedilmemiş durumda bulunan ve günübirlik kullanıma açık plajlara sahiptir.

İnkumu, Amasra ve Çakraz plajları, günübirlikçiler için; Kızılkum, Mugada, Hatipler, Güzelce hisar, Göçkün, Akkonak, Çambu, Karaman, Tekkeönü, Kurucaşile ve Kapısuylu plajları deniz turizmi için değerlendirilebilecek kaynaklar arasındadır.

Söz konusu plajların etkin kullanımına yönelik olarak sosyal açıdan donatım ihtiyaçlarının karşılanması ve konaklama tesislerinin sağlanması için yatırımlarının teşviki gerekmektedir.

Şekil 3: Bartın İnkum Plajı



İrmak Turizmi: İlimizde Bartın ırmağı; debisi, akış hızı ve çevresindeki doğal peyzaj güzelliği ile ilgi çekici bir kaynaktır. Altınırnak- gümüş eniz turlarının başlangıç noktası olup, su bisikleti ve sandal gezileri ile kürek yarışları gibi faaliyetlerin gerçekleşmesine fırsat vermektedir.

Şekil 4: Bartın Irmağı



Yayla Turizmi: Bartın 'da, Uluyayla, Ardıç ve Gezen yaylaları olağanüstü güzellikler sergileyerek yayla turizmi için önemli bir potansiyele sahiptir.

Şekil 5: Bartın Gezen Yaylası



Kış Turizmi: Yayla turizminde değerlendirilebilecek Uluyayla, Ardıç ve Gezen yaylaları, aynı zamanda kış turizmi için de önemli bir potansiyeldir.

Dağ Ve Doğa Turizmi: Kastamonu – Bartın Küre dağları milli parkı doğal ve cezbedici güzelliğiyle önemli bir turizm merkezidir. Ayrıca ilimiz; şelale, kanyon ve birbirinden ilgi çekici olan peyzaj güzellikleriyle turizm potansiyeli bulunan gezi alanlarına sahiptir.

Çadır Ve Karavan Turizmi: İlimizde, yaylalar ve koyların bulunduğu sahil bölgesi doğal güzelliklerle iç içe çadır ve karavan kampı için ideal ortam olanağı sunmaktadır.

Çiftlik Turizmi: İlimizin iç kesimlerinde ve özellikle yaylalara yakın olan bölgelerde yer alan köyler, çiftlik turizmi yatırımları için gerekli olan özelliklere sahiptir.

Mağara Turizmi: İlimizde, varlığı bilinen yaklaşık 100 adet mağaradan birçoğu değerlendirilebilir kaynaklar arasında olup turizm için gerekli potansiyele sahiptir. Bu mağaralarla ilgili gerekli araştırmaların yapıp değerlendirilmesi gerekmektedir.

Av Turizmi: Bartın, kara avcılığına ortam sağlayan alanlarıyla av turizmi için ilgi çekici alanlara sahiptir.

Yat Turizmi: Bartın'da, Bartın ırmağı (Yalı mevki), Amasra Antik liman ve balıkçı barınakları; yat turizminin sağlanmasında değerlendirilebilecek kaynaklar arasındadır.

Kongre Turizmi: Amasra, son yıllarda kongrelerin gerçekleştirilmesi için üniversitelerimizden yoğun talepler almaktadır. Bartın ve özellikle Amasra'da kongre turizminin sağlanabilmesi için kongre salonlarına ihtiyaç vardır. İlimiz; kültürel ve doğal potansiyeliyle sahip olduğu turizm canlılığını, yakın bir gelecekte bu tür faaliyetlerin de katkısıyla daha fazla artıracaktır.

Bartın, 700 yıllık kilise binası, 100-300 yıllık camiler, hanlar, hamamlar, köprüler ve yakın tarihi yaşatıp tablo gibi ahşap Bartın evleri, yüzyılların desenlerini gümüş pırlantılılarla süsleyen tel kırma el sanatı, geleneksel garıla pazarı ve düğünleri, yöre mutfağı ve çilek festivali gibi tarihi, kültürel ve folklorik değerleri, deniz, ırmak, yayla, av ve mağara turizmine ortam sağlayan ilgi çekici doğal güzellikleriyle turizm için cazibe merkezidir.

Tablo 16: Konaklama Olanakları (İldeki Tesisler ve Yatak Kapasiteleri)

Tesis Türü	Adet	Oda/Yatak
Turizm Yatırım Belgeli Otel (4 Yıldız)	1	63/126
Turizm İşletme Belgeli Otel (3 Yıldız)	3	153/302
Turizm İşletme Belgeli Otel (2 Yıldız)	3	128/256
Turizm İşletme Belgeli Özel Konaklama Tesisi	1	6/12
Yerel Yönetim Belgeli Otel & Pansiyon	260	1910/4949

Şekil 6: Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Sayıları

İşletme, Yerel Yönetim Belgeli ve Ev Pansiyonları Konaklama Sayıları									
Yıl	Tesis	Giriş			Geceleme			Toplam	Toplam
		Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam		
2012	İşletme Belgeli	589	28.028		1.120	39.026			
	Yerel Yönetim Belgeli	2.579	114.864	227.892	3.484	157.199	326.225	339.829	
	Ev Pansiyonları	5.500	85.000		9.000	130.000			
2013	İşletme Belgeli	234	30.928		350	41.020			
	Yerel Yönetim Belgeli	3.132	125.439	246.367	3.856	174.455	360.475	375.681	
	Ev Pansiyonları	6.000	9.000		9.000	145.000			
2014	İşletme Belgeli	406	28.292		513	37.663			
	Yerel Yönetim Belgeli	3.342	130.005	253.297	4.104	180.816	368.479	381.846	
	Ev Pansiyonları	6.250	95.000		8.750	150.000			
2015	İşletme Belgeli	412	32.626		524	43.738			
	Yerel Yönetim Belgeli	3.148	130.703	255.829	3.885	180.926	372.164	378.323	
	Ev Pansiyonları	1.200	92.500		1.750	147.500			
2016	İşletme Belgeli	318	23.351		402	30.723			
	Yerel Yönetim Belgeli	4.446	92.186	178.037	3050	118.185	231.408	235.760	
	Ev Pansiyonları	700	62.500		900	82.500			
2017	İşletme Belgeli	2.155	5.0191	212.944	4.242	72.386	347.387	357.069	
	Yerel Yönetim Belgeli	2.932	162.753		54.40	275.001			

Kaynak: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 17: Bartın İline Gelen Turist Sayısı

Yıllar	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı
2008	9.690.814	26.336.677
2009	10.242.183	27.077.114
2010	10.921.427	28.632.204
2011	11.592.653	31.456.076
2012	11.731.463	31.782.832
2013	12.474.218	34.910.098
2014	12.768.914	36.837.900
2015	13.617.038	36.244.632
2016	13.443.961	25.352.213
2017	14.444.990	32.410.034

Kaynak : <https://biruni.tuik.gov.tr/turizmapp/giris.zul>

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BARTIN'DA ÖNCÜ SEKTÖR KRİTERİ

III.1. Turizmin Tanımı ve Türleri

III.1.1. Turizmin Tanımı

Turizm kavramının ortaya çıkmasını sağlayan etkene, turist denmektedir. Birleşmiş Milletler Örgütü turist kavramını şu şekilde tanımlamıştır, “göç niteliğinde olmamak üzere, olağan oturduğu yer orası olmayan bir ülkeye 24 saatten az olmamak ve 12 aylık bir dönemde 6 aydan fazla kalmamak koşulu ile gelen ve geldiği yerde, gezi, spor, eğlence, dinlenme, sağlık, aile ilişkisi, öğrenim, hac veya iş nedenleriyle bulunan kişiye; ırk, cinsiyet, dil, din bakımından ayırım yapılmaksızın turist denir” (Ağaoğlu, 1991: 25).

Günümüzde her yıl neredeyse milyonlarca insan, ikamet ettikleri yerlerden belli bir süreliğine uzaklaşarak başka ülkelere ya da bölgelere seyahat etmekte ve buralarda dinlenme, gezip-görme, eğlenme ve öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidermektedirler. Ekonomik ve sosyal açıdan geniş etkiler yaratan ve turizm olarak adlandırılan bu olgu, günümüz medeniyetinin temel bir özelliğini meydana getirmektedir (Kapusızoğlu ve Taş, 2017: 234).

Turizm, boş zamanın artması, gelir düzeyinin artması ve teknolojik gelişmeler gibi nedenlerin etkisiyle çok hızlı gelişme gücü olan bir sektördür. Hızla gelişen ve büyüyen bu sektör, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilere sahip olan, ulaşım, konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence gibi birçok hizmeti bünyesinde barındıran geniş kapsamlı bir faaliyet alanıdır (Zengin, Öztürk ve Salha, 2014: 1).

Turizm, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında gerçekleşen gelişmelerle kıyı turizmi diye adlandırılan deniz-kum-güneş üçlemesi olarak insanların yoğun talepleriyle

gelişmeye başlamıştır. Turizm faaliyetleri Türkiye’de de son 15-20 yıllık zaman dilimine kadar ağırlıklı olarak kıyı turizmi kapsamında gelişme göstermiştir. Kıyı turizmine karşı oluşan yoğun talep sonucunda, turistik bölgelerdeki var olan turizm kaynaklarının çok fazla kullanımından kaynaklı yıpranma ve tahribat meydana gelmiştir (Zengin, Öztürk ve Salha, 2014: 1).

Turizm hareketliliği çerçevesinde meydana gelen insanların tüketim taleplerine yönelik değişimler son yıllarda turizm sektöründe çeşitlendirme uygulamaları ve klasik turizm anlayışının ürünü olarak tanımlanan deniz, kum ve güneş üçlemesine tepki olarak “alternatif turizm” aktivitelerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 39).

Alternatif turizm tanımının ortaya çıkmasının temelindeki ana faktörler ise, turizmin günden güne artan olumsuz çevresel faktörlerin fark edilmesi, çalışma şartlarının daha iyi hale gelmesi, yeni turistik faaliyetler arayışında olan turist sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel faktörlerin öneminin artması ve turizm alanındaki genel eğilimlerin alternatif turizm türlerine doğru yön değiştirmesi olarak açıklanabilir (Sarı, 2017: 58).

Yukarıda bahsedilenlerin haricinde alternatif turizmin ortaya çıkmasının en önemli unsurlarından biri de turizm aktivitelerini 12 aya yayma fikridir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011: 8). Bu durumda deniz-kum-güneş turizmi faaliyetlerine katılmayan fakat, turizmin temelini oluşturan doğal ve kültürel değerler yönünden zengin olan diğer bölgelerde, bu kaynaklar çerçevesinde alternatif turizm çeşitleri geliştirilmektedir. Bu sayede turizm aktiviteleri 12 aya yayılması sağlanmış olmaktadır.

Tablo 18: Farklı Turizm Tarzları ve Turizm Faaliyetlerinin Aşamaları

YAKLAŞIM	GELENEKSEL TURİZM	YENİ TURİZM TARZLARI
Turizm Tarzları	Deniz, kum, güneş Turizmi (3S)	Agro Turizm Eko Turizm Kültür Turizmi Trekking Doğa turizmi
	Kış (dağ) Turizmi	Özel İlgi Turizmi Konferans İş adamlarının seyahatleri Denizyolu Turizmi İnanç Turizmi Sağlık ve SPA Turizmi Eğitim Turizmi Spor Turizmi Macera Turizmi
Organizasyon Şekli	Kitle Turizmi Bireysel Sosyal Turizm İkinci İkamet	Küçük turist grupları Bireyler Sosyal turizm
Turist Davranışı	Kayıtsızlık Yüksek Tüketim (kaynak israfı)	Sorumluluk Aşırı tüketime yol açmayan kaynak kullanımı
Turizm Faaliyetlerinin Aşaması	Sürdürülemeyen Turizm	Yeşil turizm Ekonomik olarak sürdürülebilir turizm Sürdürülebilir turizm

Kaynak: (Soyak, 2013)

Tablo 16’da gelişen yeni turizm trendi olan “alternatif turizm” içinde; Agro turizm, eko turizm, kültür turizmi, trekking ve doğa turizmi öne çıkarken, “özel ilgi turizmi” içinde de konferans turizmi, iş adamlarının seyahatleri, denizyolu turizmi, din turizmi, sağlık ve SPA turizmi, eğitim turizmi, spor turizmi ve macera turizmi ağırlık kazanmaktadır. Çevresel ve ekonomik açıdan sürdürülebilir turizme uygun olan bu yeni turizm türleri, küçük turist grupları, bireyler ve sosyal turizme uygun bir aktivite şeklini beraberinde getirirken, turist davranışı bakımından yükümlülüğün arttığı, aşırı tüketime neden olmayan kaynak kullanımının söz konusu olduğu bir turist modelini sergilemektedir (Soyak, 2013: 9).

Turistlerin, doğal alanla uyum halinde ve çevresel sorunların olmadığı ortamlarda stresten uzak, doğal çevreyle iç içe geçerek, dinlendirici turizm çeşitlerine yönelmeye başlamaları ile 1980’li yıllardan itibaren klasik turizm çeşitleri ile birlikte diğer turizm çekiciliklerinin de değerlendirilmesi gündeme gelmiştir. Bu yaklaşıma bağlı olarak dağlar, ormanlar, yaylalar, mağaralar, akarsular, kaplıcalar, sulak alanlar, milli parklar ve vahşi doğal yaşam günden güne daha büyük boyutta turizm sektörüne dahil olarak; dağ, yayla, kış, kırsal, mağara, akarsu, av ve mağara turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri turizm sektöründe gittikçe öneminin artmasını sağlamıştır (Sarı, 2008: 20).

III.1.2. Turizmin Türleri

III.1.2.1. Deniz ve Yat Turizmi

Dünya’da en çok turisti çeken, kum, deniz ve güneş üçlemesinin oluşturduğu turizm türü deniz turizmidir. Dünya turizm sektöründe son yıllarda yat turizmi hızlı bir gelişme sergilemektedir.

Turizm sektöründe denizin büyük boyutlarda turist çekmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bunların başında denizin doğal güzelliği yer almaktadır. Deniz, kıyıları ve kumsalları, iç içe açılan koylarıyla ilgi çekici manzaralar sergilerken, aynı zamanda deniz, suyla ilgili zengin aktivitelere (yüzme, su topu, yelken, su kayağı, su paraşütü, kürek çekme, jet ski gibi) imkân sağlamaktadır. Turizmde denize olan ilgi, ulaşım, konaklama ve turizm tesisleri ihtiyacını doğurmuş, böylece kıyılarda yerleşim alanları turizm merkezleri olarak gelişme sağlanırken, tesisler yapılaşmanın olmadığı kıyılara doğru yönelerek boş kıyıları yapılaşmaya açmıştır (Doğaner, 2001: 1).

Yat turizmi, limanlar arasında düzenli şekilde yolcu ulaşımı sağlamaktan ziyade yat adı verilen deniz aracıyla koy, körfez ve yat limanları arasında yapılan gezi, dinlenme, eğlence ve spor faaliyeti amacıyla az sayıda kişinin hizmetine arz edilen ve hem turistik hem de ticari amaçla yapılan bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Acuner, 2006: 26).

III.1.2.2. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, tedavi amacıyla kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziki olarak iyilik durumunu güçlendirmek için ya da dış tedavisi, estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, fizik tedavi ve rehabilitasyon gibi ihtiyaçları olanlarla beraber uluslararası hasta potansiyelinden yararlanarak sağlık merkezlerinin gelişmesine katkıda bulunan turizm çeşididir. Sağlık turizmi, farklı tanımlara sahip olsa da kişilerin ikamet ettikleri yerden yurtiçi veya yurtdışında başka bir yere herhangi bir sağlık sebebiyle hizmet almak amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak özetleyebiliriz (T.C. Fırat Kalkınma Ajansı, 2012: 123).

Dünya nüfusundaki artış, yaşam standardının yükselmesi ve çeşitli ülkelerde sağlık maliyetlerinin artmasıyla, tedavi yöntemleri daha nitelikli ve maliyetleri daha düşük olan ülkeler ortaya çıkarak sağlık turizmi sektörünün doğmasına yol açmıştır. Dünyada yaşlı nüfus sayısındaki artış da bu sektörün gelişmesine etken olmuştur (Yüzbaşıoğlu ve Otamış, 2015: 168).

III.1.2.3. Kongre Turizmi

Dünyada son yıllarda gelişmekte olan turizm türlerinden biri kongre turizmidir. Kongre turizmi, günden güne artan kongre ve konferans faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için ortaya çıkan turizm türüdür. Kongre turizmi, kişilerin ikamet edilen ya da çalışma hayatlarının olduğu yerlerden seyahat edip, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek dallarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir arada toplanmalarından meydana gelen seyahat, konaklama ve ilişkilerinin bütünüdür (Aymankuy, 2003, s. 6).

Her kongre bir turistik hareket nedenidir. Kongre organizasyonlarının her yıl gittikçe artması, bu turizm türünün istikbalinin son derece parlak olduğunu işaret etmektedir. Türkiye'nin turizm sektöründe dünya pazarlarındaki payı pek büyük olmamasına rağmen, gerekli alt ve üst yapıya sahip İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi bölgeleri ile dünya kongre pazarında yer edinmeye başlamıştır. Turizm türleri içinde %20'nin üzerinde bir ciroya sahip olan kongre turizmi, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Hong Kong, Tayland, Singapur gibi ülkelerin temel turizm kaynaklarını oluşturmaktadır (Kozak, 2000: 21).

Kongre turizmi ikili bir turizm çeşididir. Burada bahsedilen ikili hem kongre hem de turizmdir ve temel olarak baz alınan kongredir. Turizm ise, kongrenin bir türevidir.

olarak meydana gelmektedir. Kongre turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayıran özelliklerinden biri delege harcamalarının turist harcamalarına göre daha fazla oluşudur. Kaldı ki; kongrelerin sağladığı yararlar yalnızca harcamalarla sınırlı kalmayıp, kongrelerin ve kongre turizminin sağladığı yeni iş olanakları ve toplam istihdam kapasitesi de her ülke için önemli bir yere sahiptir. Bunun haricinde kongre turizmi, ev sahipliği yapan ülke ve kentin dünya kamuoyuna tanıtılması için bir tanıtım aracı olabilmektedir (Karasu, 1990: 32).

III.1.2.4. İnanç Turizmi

İnanç turizmi insanların daimî ikamet ettikleri, iş yaşamlarının gerçekleştirildiği, her zamanki olağan gereksinimlerini giderdikleri yerlerin dışında, dini inançlarını gerçekleştirmek ve inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları seyahatlerin bütünüdür. Turizm işletmelerinin mal ve hizmetlerini talep ederek, konaklamalarından doğan olaylar ve tüm turistik amaçlı gezilerin turizm kavramı içerisinde değerlendirilmesi “İnanç Turizmi” olarak tanımlanmaktadır (Kaya, 1999: 2).

Bir diğer ifadeyle inanç turizmi, kutsal yerleri ziyaret etmek, dini tören ve toplantılara katılmak ya da bunları izlemek, dinsel açıdan önemli olan cami, kilise gibi yerleri görmek için yapılan seyahat ve konaklamaların oluşturduğu turizm çeşididir (Acuner, 2006: 23).

Dini inançları gereği hac ibadetlerini yerine getirmek amacı ile yapılan büyük seyahat hareketleri ekonomik ve sosyal açıdan ülkeleri etkilemekte ve özellikle ödemeler dengesindeki açıkları daimî olan ülkelere ekonomik fırsatlar sağlamaktadır. Hac ziyaretleri gerçekleştirilebilen dini merkezlere sahip olmak, bu ülkelerin ekonomik gelişmelerini sürdürmelerini sağlayabilecek kaynaklara sahip olmaları demektir (Akat, 2000: 25).

III.1.2.5. Mağara Turizmi

Mağara turizmi mağaracıların sportif ve bilimsel amaçlı olarak, mağaraların içindeki doğal güzellikleri keşfetmeleri ve tanıtılmalarıyla ortaya çıkmıştır. Mağaraların görsel, sportif, sağlık ve kültür yönünden bünyesinde barındırdığı özellikler, turizme kaynak olarak mağara turizminin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Mağaralar, mağaracılık sporu ile ilgilenen her yaşta ve gruptan turistleri çekmektedir. Mağaralar sarkit ve diktler, traverten gibi doğal oluşumlarla süslü alanları, gölleri ve yeraltı dereleriyle doğa turizminin, mikro kimyası ile sağlık turizminin, dini ibadet yeri olarak inanç ve kültür turizminin kapsam alanına girmektedir (Doğaner, 2001: 163).

III.1.2.6. Kış ve Dağ Turizmi

Kış turizmi, temelinde kayak sporunun yer aldığı ve bu sporun yapılabilmesinde kar ile kaplı ve meyilli alanlara gerçekleştirilen seyahat, konaklama ve diğer hizmetlerden faydalanmayı içeren faaliyetlerin tamamı olarak tanımlanabilir (İncekara, 1998: 3).

Dağ turizmi ise, dağlık alanda bulunma, dinlenme ve tatil yapma ve dağ sporlarının yapıldığı uğraşları içeren bir turizm hareketidir. Bu tür uygulamalar daha çok orta ve yüksek dağlık alanlar üzerinde planlanır ve gerçekleştirilir (Ülker, 1992: 11).

Kış ve dağ turizmini tercih eden turistler, kent hayatının streslerinden uzaklaşıp kayak sporu, dağ yürüyüşü, tırmanma, kamp kurma gibi sporlarla boş zamanlarını değerlendirme ve hayatlarının rutinlerini yeni maceralarla hareketlendirmek amacıyla ilgi çeken bir turizm türü olmaktadır.

Dağ turizminde hedeflenen amaçlar; ekonomik ve sosyal yönden yeterince kalkınma sağlanamayan dağlık ve ormanlık alanların kalkınmasını sağlamak ve

hızlandırmak, bu yörelerdeki doğal zenginlikleri ve doğal çevreyi yıpratmadan kullanmak, turizm mevsimini yazdan kışa doğru uzatmak ve turizmi çeşitlendirmek, kış mevsiminde işsiz kalan turizm iş gücünün yıl boyu istihdamını devam ettirmek ve döviz giderlerini artırmaktır (Ülker, 1978: 174).

III.1.2.7. Yayla Turizmi

Kent hayatındaki olumsuz koşullardan uzaklaşmak, doğa ile iç içe olmak ve doğal yeşil bir ortamda stres atmak için tercih edilen bir diğer turizm türü de yayla turizmidir. Yaylaların kırsal öğelerin ağırlıkta olduğu, dağcılık ve tırmanışlar, trekking, atlı doğa gezisi, yamaç paraşütü, jeep ve safari gibi doğa aktivitelerine uygun alanlar olması, geniş bitki örtüsüne sahip olması, iklimsel özelliklerin elverişli olması, tarihsel ve arkeolojik değerleri, şifalı suları gibi doğal zenginliklere sahip olan bu bölgelerin turizm çekim merkezi olmalarını sağlamaktadır (Acuner, 2006: 21).

III.1.2.8. Tarih Turizmi

Tarihsel açıdan önemli olan bölgelere yapılan turizm faaliyetleri tarih turizmi kapsamına girmektedir. Alanında profesör unvan sahibi yabancı tarihçilerin de rehberlik ettiği bu turizm türünde, detaylı bir inceleme merak gezisi haline gelmiş turlar düzenlenmektedir (Akat, 2000: 29).

III.1.2.9. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, insanların bir yörenin, bölgenin veya ülkenin sosyal, tarihsel, sanatsal, bilimsel yaşam şekli değerlerini görme, tanıma ve öğrenme hevesi ile seyahat etmeleri olarak tanımlanabilir (Acuner, 2006: 24).

Bu tanım kapsamında, eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski medeniyetlerin ve onlara ait kalıntıların görülmesi, yerel mimari ve özgün özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festival ve fuarlar, tiyatro ve sinema, müzik ve dans, lisans ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacı, araştırma, keşif ve dini amaçlı yapılan seyahatler kültür turizmi kapsamında yer almaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 101-102).

III.2. Bartın ve Çevresinin Alternatif Turizm Potansiyeli

3.2.1. Bartın ve Çevresinin Tarihçesi

Bartın ve çevresinin ilk sahipleri hakkında kesin bilgiler bulunmamakla birlikte, yöreye ilk yerleşenlerin M.Ö. 14. yüzyılda gelen Gaskalar ve M.Ö. 13. Yüzyılda Hititler olduğu kabul edilen bilgilerdir.

1395'te Yıldırım Bayezid, Bartın'ı Candaroğulları Beyliği'nin elinden alarak Amasra'da bulunan Ceneviz kolonisi etkisini sürdürmüş, Amasra 1460 yılında Fatih Sultan Mehmet döneminde Osmanlı himayesine girmiştir. Bartın, birçok topluluk, devlet ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Bartın Valiliği, 2015: 6).

1460 yılında Fatih Sultan Mehmet Üsküdar'dan avlanmak bahanesiyle yola çıkarken, Mehmet Paşa Komutasındaki Osmanlı Donanması da denizyolu üzerinden hareket etmiştir. Fatih Sultan Mehmet Ekim ayında Bartın'a gelerek bugünkü Ordu yeri'ne kurmuş, donanmayla iletişim kuran haberciler, donanmanın Amasra açıklarında görüldüğünü belirttiklerinde, Amasra üzerine yürüyen Fatih, Ceneviz Senyörü'nden savaşız bir şekilde kan dökülmeden Amasra'yı teslim almıştır.

Bartın, 1811 yılında Kastamonu' ya bağlı olarak kurulan Bolu Sancağına bağlanmıştır. Bu dönemde ticari potansiyeliyle bölgenin pazar yeri olan ve On iki Divan adını alan Bartın 1867 yılında ilçe olmuş, 1876 yılında da Belediye Teşkilatı kurulmuştur.

Bartın, 1924 yılında Zonguldak'ın il olmasıyla beraber bu ilin ilçesi olmuştur. 07 Eylül 1991 tarihinde de 28.08.1991 tarih ve 3760 sayılı yasayla Zonguldak'tan ayrılarak il statüsüne kavuşmuştur (Bartın Belediyesi, 2014: 17).

III.2.2. Bartın'ın Turizm Olanakları

Turizm sektörü en hızlı gelişen ve büyüyen ekonomik sektörlerinden biridir. Turizmin; yatırımları ve iş hacmini geliştirmesi, gelir yaratıcı ve ülkeye döviz girişi sağlayan, yeni istihdam olanakları sağlayan, sosyal ve kültürel yaşamı etkileyen işlevleri ile ülkelerin dikkatinin bu ekonomik olaya yönelmesine neden olmaktadır. Turizm; havayolu şirketleri, deniz ve demiryolları, kiralık araç şirketleri, oteller, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi gerek büyük gerekse küçük iş kollarından oluşan diğer alt sektörle ilişkilidir ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındırmaktadır. (MEGEP, 2007, s. 31-35).

Bartın ve çevresinin alternatif turizm potansiyeli incelendiğinde tarihi geçmişi, iklimi, doğal güzellikleri ve kültürel miraslarıyla turizm potansiyeline sahiptir.

Tablo 19: Bartın İlinin Doğal ve Kültürel Mirasları

	Doğal Miras	Kültürel Miras
Bartın Merkez İlçesi	Çöme Boğazı, Gergece Kaya şelalesi, Çöpbey şaleleri ve Dev Kazanları, Arıt yaylası, Doğal Peyzaj	Tarihi Evler, Köprüler, Camiler, Aya Nikolas Kilisesi, Türbeler, “ <i>Odalar yanı</i> ” tarihi yeraltı çarşısı, Ahşap yapı mimarileri, Tel Kırma Çalışmaları, Keten, Kilim-Halı ve Kumaş Dokumacılığı, Geleneksel Yapı Mimarisi, Ahşap ve Metal İşlemeciliği, Yaylacılık, Festivaller
Amasra İlçesi	Amasra Limanı, İnkum, Güzelce hisar, Mugoda, Kızılkum, Çakraz plajları, Gürcüoluk Mağarası (İmpiri Yakınları)	Tarihi miras (Hellenistik, Roma, Bizans, Ceneviz, Osmanlı dönemlerine ait; kale, kilise, manastır, Anıt, tarihi çarşısı-bedesten, müze, vb.), Geleneksel yapı mimarisi, Karakteristik tekne imalathaneleri,
Kurucaşile İlçesi	Kurucaşile limanı ve plajı, Gökçekale koyu, Tekkeönü, Kapısu plajları, Gölderesi, Karaman, Çambu Yalısı, Gökyar dip şelaleleri, Mağaralar.	Tekne imalathaneleri, ahşap işlemeciliği, Kromna dönemi tarihi kalıntıları, bayram, düğün, nişan töreni gelenekleri
Ulus İlçesi	Uluyayla ve Mağaraları, Ardıç yaylası, Ulukaya şelalesi ve Kanyonu, Aksu şelalesi, Doğal bitki örtüsü, Yukarıdere çevresindeki plato ve dağlık alanları, doğal peyzaj	Tel Kırma Çalışmaları, Dokumacılık, Ahşap Yapı Mimarisi, Ahşap İşlemeciliği, Yaylacılık, Festival ve Diğer Organizasyonlar

Kaynak: Turoğlu ve Özdemir, 2005

Doğa Yürüyüşü: Arıt, Ulus, Kocanaz, Gökırmak vadileri doğa yürüyüşü için elverişli alanlara sahiptir.

Atlı Doğa Yürüyüşü: Doğa yürüyüşü için elverişli arazi yapısına sahip vadiler ve platolar bu tür faaliyet için uygun doğal şartlar sunar.

Dağcılık: Özellikle Arıt ve Ulus vadilerini çerçeveleyen yüksek ve eğimleri değişen plato ve dağlık araziler dağcılık aktivitesi için uygun ortam sağlamaktadır.

Bisiklet Turları: Bisiklet turları için, arazi eğiminin dağ bisikleti için uygun olduğu alanlar seçilmelidir. Ulus vadisi, Bartın-Amasra, Güzelce hisar-Kızılkum, Kozcağız – Kumluca bölgeleri, bisiklet turlarının yapılabileceği alanlar arasında yer almaktadır.

Mağara Turizmi: Bartın ili sınırları içinde, kireçtaşının yaygın olarak bulunduğu arazilerde erime boşluklarının oluşturduğu değişik şekil ve boyutlarda mağaralar bulunmaktadır. Bu mağaralar ekoturizm kapsamı içerisinde değerlendirilebilir niteliktedir. Bu mağaralardan en karakteristik olan örnekler ise Gürcüoluk ve Uluyayla mağaralarıdır.

Deniz Turizmi: Bartın ilinin, dik ve ormanlık yamaçlar ile denize ulaşan kıyı kesimi, koyları ve renklerle iç içe geçen bitki örtüsüyle ilgi çekici bir yere sahiptir. Bu koylar, temiz kumları, sakin ve az dalgalı denizleri ve doğayla bütünleşen ilgi çekici güzellikleriyle turizm potansiyeline sahip olmaktadır.

Amasra, İnkum, Çakraz plajları deniz turizmi için uygun alanlardır. Günöbirlükçiler için ise; Güzelce hisar, Mugada,Hatıpler, Kızılkum, Bozköy, Akkonak, Deliklişile, Göçkün, Çambu, Tekkeönü, Kapısıyu ve Kuruçaşile Bartın kıyılarındaki doğal plajları, su-deniz sporları (yüzme, dalma, yelken, balık avcılığı, vb.) için uygun potansiyele sahiptir.

Amasra ve Kurucaşile limanları, yat gecelemlerine müsait limanlardır. Kurucaşile, dünyada yapılan ilk ahşap teknenin yüzdürüldüğü yer olarak bilinmektedir. Ün salmışlığını bugün de Türkiye'nin güzel ahşap guletlerinin yapıldığı yer olarak sürdürmektedir.

Tarih Turizmi: Bartın ili ve çevresinin tarihi mirası oldukça geniştir. Özellikle Amasra ilçesinde Hellenistik, Roma, Bizans, Ceneviz, Osmanlı dönemlerine ait, tarihi turizm açısından ilgi çekecek çok sayıda yapı bulunmaktadır.

İnanç Turizmi: Bartın ilinde camii, türbe ve dini ziyaret yerleri, ekoturizm kapsamında değerlendirilebilecek potansiyele sahiptir. Halilbey Camii, İbrahimpaşa Camii, Şadırvan Camii, Amasra Fatih Camii, Aya Nikolas Kilisesi, Amasra Küçüktepe Martyriumu, Hisarkale Mahzeni, Ebu Derda Türbesi inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek yerlerdir.

Kültür Turizmi: Bartın ili ve çevresi kültür turizmi çerçevesinde değerlendirilebilecek potansiyele sahiptir.

Amasra'da; müze, kale, Kuşkayası Yol Anıtı, yeraltı galerisi ve kiliseler, antik tiyatro ile bedesten kalıntıları.

Merkez ilçede; Aya Nikolas Kilisesi, höyükler ile Osmanlı dönemi eserlerinden camiler, köprüler, hanlar, hamam ve ahşap evler, Güzelce hisar lav kayaları.

Kurucaşile'de; Kromna kenti kalıntıları olan Tekkeönü kalesi, mahzen ve galeri ile Yedikuyular.

Ayrıca; folklorik değerler ve yöre mutfağı, geleneksel el sanatlarından 400 yıllık bir geleneği yansıtan ahşap yat ve tekne yapımıcılığı, Amasra'da ağaç işleri (oymacılık- süsleme) ve merkezde tel kırma ürünleri kültür turizmi için uygun yerler ve etkinliklerdir.

Yerel El Sanatları: Tel kırması, dokumacılık, peşkir işlemeciliği, ahşap ve metal işçiliği, tekne yapımıcılığı ekoturizm çerçevesinde değerlendirilebilecek, yerel halk için gelir sağlayan bir alternatif olarak değerlendirilebilir niteliktedir.

Festival ve Diğer Yerel Organizasyonlar: Bartın ilinde her yıl tekrarlanan birçok yayla şenlikleri, festivaller ve spor organizasyonları yer almaktadır. Bu organizasyonlar ekoturizm kapsamında yeterli olanaklara sahip olmaktadır.

Şelaleler: Bartın ili şelaleler yönünden zengin bir kaynağa sahip değildir. Kurucaşile’de Göl Deresi Şelalesi; orman gülleri ve zengin yeşil dokusuyla yükselen bir vadide bulunmaktadır. Ulus ilçesinde Ulukaya Şelalesi; gerek otantik yapıdaki çekiciliği ile gerekse çevresindeki güzelliği ile yoğun ziyaretçi çekmektedir. Efsaneye göre; her kim Ulukaya şelalesinden bir yudum su içerse ya da bir mendil ıslatırsa aşkları tutkuya dönüşecek ve sonsuza dek sürecektir.

Yayla turizmi: Bartın ilinde farklı yükseltilere sahip, ormanı, yeşili, mağaraları ile Uluyayla, Ardiç ve Gezen yaylaları olağanüstü güzellikleri ile yayla turizmi kapsamında uygun potansiyele sahiptir.

Kongre Turizmi: Ülkemizde turizmin başladığı yer olarak bilinen Amasra; son yıllarda kongreler için giderek artan talepler bulunmaktadır. Bartın ve özellikle Amasra’da kongre talebinin karşılanması için kongre salonları ihtiyacı bulunmaktadır. Kültürel ve doğal potansiyeli ile kongre turizmi kapsamında değerlendirilebilir.

III.3. Turizm Arzı ve Turizm Talebi

III.3.1. Turizm Arzı

Turizm arzı; belirli koşullar altında belirli bir fiyatla bir ülkenin ya da bölgenin, turistlerin faydalanması için sunmaya ya da turistlere satmaya hazır olduğu tüm turistik

zenginliklerin tamamı olarak tanımlanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 171). Diğer bir tanıma göre turizm arzı, ekonomik açıdan, “belirli bir piyasada belirli bir fiyata ya da bir bedeli olmadan turizm tüketicilerine arz edilen tüm mal ve hizmetlerin tamamı” şeklinde tanımlanmaktadır (Yağcı, 2003: 40).

Turizm arzı yapısı gereği; biriktirilemeyen, satın alma öncesinde denemeyen, tüketilmesi için seyahat edilmesi gereken hem doğal hem de insan yapımı kaynaklardan oluşan ve birbirinden bağımsız ya da bir arada olabilen bir dizi bileşenin bir bütün oluşturarak satın alınması anlamını ifade etmektedir (Sinclair ve Stabler, 2002: 58).

Turizm arzının oluşmasını sağlayan unsurları 4 kategoride toplayabiliriz. Bu kategoriler, şu şekilde açıklanmaktadır (Goeldner & Ritchie, 2006: 329-330):

Doğal Kaynaklar ve Çevre: Bölgenin genel hava şartlarını içeren iklim, bölgedeki fizikî coğrafya, arazi yapısı ve florası, plajları, su kaynakları, bölgenin doğal güzellikleri ve zenginlikleri ile içme suyu temini gibi unsurlar bu kategoride gösterilebilir.

İnşa Edilmiş Çevre: Bölgenin alt ve üst yapı kaynaklarını oluşturan kategoridir. Temel yapı taşı bölgenin alt yapı kaynağıdır. Turizm sektörünün üst yapısı ise turistlerin bir bölgeye seyahat etme nedenini destekleyen temel olgulardır. Havalimanları, kara yolları, demir yolları, marina ve limanları, otopark alanları, şehirlerarası terminali ve tren istasyonu hizmetleri, konaklama tesisleri, restoranlar, alışveriş ve eğlence merkezleri, müzeler, dükkânlar bu kategoride gösterilebilir.

Operasyon Sektörleri: Turizm sektöründe operasyon sektörleri, bölgeye seyahat eden turistlerin yanında yerli halkın da yararlandığı hizmetlerdir. Ulaşım sektörü, yani hava yollarının oluşması, gemi seferleri, taksiler, otomobiller, tramvaylar gibi transfer araçları örnek olarak gösterilebilir.

Misafirperverlik Ruhu ve Kültürel Kaynaklar: Bölgenin temel sosyal yapısını oluşturan olgu, kültürdür. Dil, adetler ve bölge insanının dinleri, çalışma ve dinlenme davranışları bu kategorinin altında toplanabilir. Turistlere gösterilen misafirperverlik, bölgenin kültürel zenginliğinden kaynaklanmaktadır.

III.3.1.1. Turizm Arzının Özellikleri

Yukarıdaki açıklamalar eşliğinde söz konusu kategorilerden hareketle turizmin arz yapısını daha anlaşılır kılmak için turizm arzının özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 179-185):

- Turizm sektöründe arz, büyük yatırımlar gerektirmektedir. Belirli bir bölgenin turizm sektöründe aktif olmaya başlaması, gelecekte yapılacak yatırımların da maliyetinin artmasına sebep olur ve arazi fiyatları üzerindeki baskı yükselir, işletmeler bakımından da personel sorununun doğmasına yol açar.
- Turizm endüstrisi, turizm talebindeki mevsimlik dalgalanmalardan, krizlerden, politik huzursuzluklar gibi faktörlerden çabuk etkilenen bir sektör olması sebebiyle ürettiği mal ve hizmetler ya da edinilen deneyimlerin stoklanması söz konusu olamaz. Bu nedenle turizm arzını oluşturan mal ve hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesini zorunlu kılmaktadır.
- Turizm arzında ikame olanaklarının fazla olması, meydana gelebilecek risklerin dağıtılmasını zorlaştırmaktadır.
- Yapısal Özellik: Turizm arzının belirgin özelliği, birçok hizmet sektöründe olduğu gibi emek-yoğun üretime dayalıdır. Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, günümüzde emek-yoğun üretim yapısını değiştirmiş ve üretim faktörlerinin üretimdeki önemini artırmıştır. Bu değişimler turizm sektörünün

ekonomik ve sosyal yapısının yeni ihtiyaçlar doğrultusunda şekillendirilmesi sorununu beraberinde getirmiştir. Hizmet sektöründe teknolojinin gelişmesi ile birlikte beden gücü yerine makinelerin kullanılması nice zorluklara yol açmış, bu nedenle teknolojik yeniliklerin uygulanması beklenen verimliliğe ulaşmada bir değişikliğe uğramamıştır.

- Turizm arzı, diğer turistik destinasyonlardaki fiyatların etkisi ve tüketicilerin farklı eğilim ve gereksinimleri gibi dış faktörlerin etkisinde kalarak farklılık göstermektedir. Yani, turizm arzı turistlerin sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve psikolojik özellikleri göz önüne alınarak mal ve hizmetlerin sunulması gerekmektedir.
- Turizm arzı esnek olmayan bir özelliğe sahiptir. Turizm sektörü, diğer sektörler gibi ekonomik değişkenler karşısında duyarlıdır. Turizm sektörünün arz analizlerinde zaman faktörünün göz ardı edilmemesi gerekmektedir.
- Turizm arzı, kapasite kullanımına dayalı bir esnekliğe sahiptir. Konaklama tesislerindeki kapasite yatak sayısı ile ifade edilir. Kapasite kullanımı günlük, aylık, yıllık ve sezonluk olarak geceleme sayısı ile hesaplanmalıdır.
- Bir turizm tüketicisi turizm faaliyetlerinden tam olarak faydalanabilmek için turizm arzını meydana getiren etkenlerle direkt temas kurmak zorundadır yani üretimin olduğu yere gitmesi gerekmektedir. Diğer bir ifade ile turizm sektöründe turizm tüketicisi, bir otel odası için otele, bir yemek için restorana gitmesi gerekmektedir. Bu nedenle arzın olduğu yer aynı zamanda tüketim yeri olmaktadır.
- Turizm arzı farklı alanları ilgilendiren bir karaktere sahiptir. Bir destinasyondaki fiziki, doğal, kültürel ve beşerî özellikler bu bölgeyi ziyaret

eden turizm tüketicisinin hafızasında bir bütün halinde yer edinmekte ve turistin tatil deneyimine bir bütün olarak katkı sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, tüm faktörler turistlerin tatil konusundaki fikirlerini etkilemektedir. Bu nedenle, ortaya çıkabilecek olumsuz bir deneyim turistlerin tatil hakkındaki bütün izlenimlerini olumsuz bir şekilde etkileyebilir. Bir kıyı turizm bölgesindeki konaklama işletmesini deniz ve kumsaldan ya da görevli personelden bağımsız düşünmemek gerekmektedir.

III.3.1.2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Bir bölgedeki turizm arzını etkileyen başlıca faktörler; çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri, imaj ve yerli halkın turizm algısı şeklinde sıralanabilir (Bayat, 2010: 7). Bazı uzmanlara göre ise turizmin arzı kendi özel talebini oluşturmaktadır.

III.3.1.2.1. Çekicilik

Bir bölgenin ya da hizmetin turizm sektöründe dikkati üzerine toplayabilmesi için çekiciliğe sahip olması gerekmektedir. Çekicilik, turistlerin ziyaret etmek istedikleri bir yeri, diğer yerlere tercih etmelerine neden olan faktörler şeklinde açıklanabilir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010: 42). Çekiciliğin olmadığı yerde turizmden söz etmek neredeyse olanaksızdır. Çekicilik, turizm sektörünün anahtar unsurlarındandır. Turizmde çekicilik unsurlarını üç temel kategoride toplayabiliriz Vanhove (2005: 76-77):

Doğal Çekicilik Unsurları: Genel olarak çalışmalarda bu kategoride; iklim, plajlar, volkanlar, manzara, flora-fauna, kanyonlar, şelaleler, göller, mağaralar ve dağlar olarak alınmıştır.

İnsan Yapımı Çekicilik Unsurları: Turizme yönelik inşa edilmedikleri halde turistleri çeken yapılardır. İnsan yapımı olan; ülkemizde kalıntıları bulunan Artemis Tapınağı, Mısır'da bulunan Piramitler gibi kültürel ve sosyal çekiciliği olan yapıları bu kategoride örnek olarak gösterilebilir.

Belirli Bir Amaç İçin İnşa Edilmiş Yerler: Turizmde çekicilik sağlamak amacıyla özellikle tasarlanıp inşa edilen yerlerdir. Tema parkları, marinalar, kayak merkezleri, festival alanları ve kaplıcalar bu kategoride örnek olarak gösterilebilir.

III.3.1.2.2. Etkinlikler

Turizm merkezlerindeki etkinlikler ve eğlenceye yönelik faaliyetler güçlü bir çekim alanı olmaktadır. Bale gösterileri, tiyatrolar, oyun salonları ve gece kulüpleri ile festival, kongre, bayram şenlikleri, fuar gibi etkinlikler ile turistlerin zevk ve tercihlerine cevap vererek önemli çekim gücü oluştururlar. Etkinliklerin diğer avantajları irdelendiğinde; yerel alanın yenilenmesi, tazelenmesi, düzenlenmesi açısından katkıda bulunarak ve söz konusu alanda turist çekiminin sağlandığı ifade edilebilir (Argan, 2007: 447).

III.3.1.2.3. Yerli Halkın Turizme Tutumu

Turizm sektörü ile adından söz ettiren ülkeleri incelediğimizde; turizmin gelişmesini destekleyen unsurlarda doğal, tarihi ve kültürel değerlerin yanı sıra bölgede yaşayan yerli halkın turistlere yönelik tutumlarının da önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Yerli halkın turizmin gelişmesine desteklerinin sağlanması için halkın bu gelişmeye karşı yaklaşımlarının ve bu yaklaşımları etkileyen unsurların tespit edilmesi gerekmektedir (Cengiz ve Kırkbir, 2007:20).

Turizmin bölgedeki gelişim sürecinde yerli halkın turizme karşı algısı doğrudan etkiye sahiptir. Yerli halkın turizme olumlu yönde destekleyici tutumlarının olmadığı ve halkın turizm faaliyetlerine yeterli desteğin sağlanmadığı bir bölgede bu sektörün yeterli boyutta hareketlenmesini kısıtlayacaktır (Türker ve Türker, 2014: 82). Yerli halkın turizm konusundaki yaklaşımlarında önemli farklılıklar ortaya çıkabilir. Bu farklılıkların ortaya çıkma sebepleri arasında; halkın yaşam biçimi ve yaşanılan alanının turizm gelişim düzeyi gösterilebilir (Renda, Mendes ve Valle, 2011: 1090).

Yerli halkın turizm üzerindeki esas odak noktası, turizmin kişisel yaşam alanlarına yönelik etkileridir. Yerli halkın turizmin gelişmesi stratejisinde turizme bakış açısı, turizm ile yarar sağlamak ya da kârdan ziyade turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerin algılanma şekline göre farklılık gösterebilmektedir (Alaeddinoğlu, 2007: 3).

Bölgede ikamet eden halk, turizmin etkilerine yönelik olumlu bir tutuma sahipse, bölgede turizmin gelişmesini destekleyici olacaktır. Bu yüzden bölge halkının, turizmin gelişmesi hususundaki desteğinin, tercihlerinin ya da muhalefetinin araştırılması önem teşkil etmektedir. Özellikle, yerli halk içinde genç nüfusun etken bir konuma sahip olmalarından dolayı turizm etkileri hakkındaki yaklaşımları, turizm planlaması ve beraberindeki uygulamalar bakımından oldukça önemlidir (Çetin, 2009: 16).

III.3.1.2.4. Ulaşılabilirlik

Turizm arzını etkileyen diğer bir önemli faktör, turizm bölgelerine ve turizm işletmelerine kolay ulaşılabilirlik sağlanması için oluşturulan altyapı olanaklarıdır. Herhangi bir bölgenin yüksek çekiciliğe sahip olmasına rağmen, turist gönderen bölgelere uzak kalması ya da turizm işletmelerine ulaşımında altyapısının yetersiz olması durumunda;

bir diğer ifadeyle havayolu, karayolu, denizyolu ve demiryolu gibi taşımacılık bağlantısı yeterli değil ise, turizm ürünlerinin sunulmasında sorunlar ortaya çıkacaktır. Ulaşılabilirlik, yüksek çekiciliğe sahip olan turizm destinasyonlarının hedef kitle ile arasındaki uzaklığa ve onlara kolay ulaşabilme imkanını ifade etmektedir. Turizmin başarılı bir şekilde arz edilmesinde ulaşımın; mesafe açısından yakın olması, süre açısından kısa ve maliyet açısından ucuz yani ulaşılabilirliğinin kolay olmasını gerektirmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 43).

III.3.1.2.5. Altyapı ve Üstyapı Olanakları

Altyapı ve üstyapı olanaklarının varlığı belki de seyahat edilecek destinasyon konusunda tercih kararını en fazla etkileyen faktörlerden biridir. Altyapı hizmetleri ile ifade edilmek istenen seyahat edilecek destinasyondaki yolların, ulaşım hizmetlerinin, taşımacılık sistemlerinin, konaklama tesislerinin, yeme-içme birimlerinin en azından hijyen ortama sahip olmalarını gerektirir. Turist açısından arzu edilen durumlar arasında, sinek, su problemi, bulaşıcı hastalıklar gibi sorunların olmaması gibi durumlar da yer almaktadır.

Bunların yanı sıra, turist gönderen ve turiste ev sahipliği yapan ülkeler arasındaki ulaşım hizmetleri, turist kabul eden ülkedeki hizmetlerin turist gönderen ülkedeki turistlerin zevklerine uygun düzenlemiş olması, herhangi bir sağlık sorununun yaşanması durumunda sigorta işlemlerinin aktif olması, güvenlik sorununun olmaması, iki ülke arasında herhangi bir şekilde medeni ya da özel kanunlar kapsamında ayrılıkların yaşanmaması ya da yaşanması durumunda turist gönderen ülke kanunlarının geçerliliğine öncelik hakkı tanınması gibi özel konular üstyapı hizmetleri kapsamında yer almaktadır (Yıldız, 2007: 116).

III.3.2. Turizm Talebi

Turizm talebi genel olarak bir mal ya da hizmetin turizm tüketicileri tarafından kullanımına yönelik bir ölçü olarak ifade edilir. Turizm talebi, ‘‘Seyahat yapma isteği bulunan ve bu isteğini karşılayabilecek yeterli gelire sahip olan insanların sayısına denir’’ şeklinde yorumlanır. Turizm talebini açıklayan temel teori; yaşanılan yerden, seyahat edilmek istenilen destinasyonlara yönelen turist hareketleridir (Proença ve Soukiazis, 2005: 4). Turizm talebi u Şekilde oluşabilir. Bunlar (Yarcan, 1994: 29);

- Gerçek talep, seyahat etme talebi bulunan ve turistik destinasyonlara gidip talep ettiği turizm hizmetleri kullananların oluşturduğu talep Őeklidir.
- Potansiyel talep, seyahat etme ve turizm hizmetlerini kullanma arzusuna sahip olduğu halde maddi ya da geçici nedenlerden dolayı seyahat talebini gerekleştiremeyenlerin oluşturduğu talep Őeklidir.
- Çarpıtılmış talep, arzu ettiğinde seyahat edebilecek olan fakat olanak ve kolaylıklar hakkında bilgi sahibi olmadığı için bu talebini gerekleştiremeyenlerin oluşturduğu talep Őeklidir.

III.3.2.1. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebinin gelişim göstermesi birtakım ekonomik, sosyal ve fiziksel unsurlara bağlı olarak gerçekleşmektedir. Toplumların sosyal ve ekonomik konumları ile ikamet ettikleri bölgeler bakımından değişiklik göstermekte ve zaman zaman farklılaşabilmektedir. Turizm talebini etkileyen unsurlar incelendiğinde, her bir faktörün sahip farklı özelliklerin turizm talebini ne yönde etkilediğini kavramak mümkün olabilecektir (Olahı ve Timur, 1988: 197). Kimi ülkelerde turizm faaliyetlerine katılım yoğunluk kazanırken kimi ülkelerde ise katılım yoğun olmamaktadır (Vanhove, 2005: 50).

Turizm talebini tek bir faktör pozitif ya da negatif yönde etkileyebileceği gibi, aynı anda birçok faktör de etkileyebilmektedir. Talebi etkileyen faktörlerin fazla olması etkilerinin belirlenmesini zorlaştırabilmektedir. Talebi etkileyen faktörler ekonomik, sosyal, politik ve psikolojik faktörler olarak dört başlıkta incelenebilir (Öztaş, 2002: 57).

III.3.2.1.1. Ekonomik Faktörler

Turizm talebini en çok etkileyen ekonomik faktörler; turizm ürünlerinin ve hizmetlerin fiyatları, gelen turistlerin gelir düzeyleri, turizm işletmeleri tesis ve yatak kapasiteleri, seyahat edilecek yerin uzaklığı, ulaşım olanakları ve bunların fiyatlarıdır (Oktayer, Susam ve Çak, 2007: 18).

Fiyat Düzeyi: Bir ürün ya da hizmetin talebini ilk olarak belirleyecek olan faktörün, o ürün ya da hizmetin fiyatı olması, talep kanununun doğal bir sonucudur. Dolayısıyla turizm talebini, turizm ürün ve hizmetlerinin fiyatları ile paralel olarak açıklamak mümkündür. Satın alma gücü yeterli olmayan insanların turistik faaliyet için bir başka ülke ya da bölgeye seyahat etmesi olanaksızdır. Bir turist seyahat planlaması yaparken, gelir düzeyini, seyahat edilecek bölgenin fiyat düzeyini ve ulaştırma maliyetleri gibi unsurları göz önünde bulundurmak zorundadır. Bunun yanı sıra, diğer ürün ve hizmetlerin fiyatları da turizm talebi üzerinde etken olabilmektedir. Örneğin; potansiyel turistler, diğer ürün ve hizmetlere yapacakları harcamalar için daha fazla ya da az pay ayırabilmek için turizmin daha ucuz (ya da daha pahalı) çeşitlerini tercih edebilirler (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 63).

Gelir Seviyesi: Turizm talebini etkileyen faktörler arasında; turist gönderen ülkenin geliri ya da turistin kişisel geliri, genellikle önemli bir unsur olmuştur. Ayrıca, kişi başına düşen gelir de talebin belirleyici faktörleri arasındadır. Eğer tatil talebi düşünülürse,

turizm talebini etkileyen ekonomik faktörlerden en önemlisi kişinin harcanabilir gelir düzeyidir. Fakat iş seyahatlerine odaklanılacak olursa işin içine daha genel gelir değişkeni olan milli gelirler girebilir (örneğin, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla). Bunun yanında turist gönderen ülke ile turist kabul eden ülkenin birbiriyle olan ekonomik ilişki ve aralarındaki toplam ithalat ve toplam ihracat da turizm talebini etkileyen faktörler arasındadır (Song ve Witt, 2000: 4).

Ekonomik Uzaklık: Ekonomik uzaklık olgusu; ulaştırma için gereken iki bölge arasındaki zaman zarfını ve ulaşım maliyetini ifade etmektedir. Turizmin gelişim gösterdiği zamanlarda ekonomik uzaklık, potansiyel talebin bölge tercihinde önemli etken konumunda olmuştur. Fakat teknolojik gelişme ve bunun sonucunda organize paket turların artış göstermesi ile ulaşımaya ayrılan zaman ve ücret giderek düşüş göstermeye başlamıştır. Bunun yanı sıra Latin Amerika ülkeleri gibi, turist gönderen bölgelere uzak kalan bazı bölgeler ekonomik uzaklığın ortaya çıkardığı sorunları yaşamaya devam etmektedir. (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 66).

III.3.2.1.2. Sosyal Faktörler

Turizm talebi üzerinde ekonomik faktörlerin dışında etkili olan; insanların kendilerine ayıracakları boş zamanlarının artması, ücretli yıllık izinler gibi sosyal hakların varlığı, haftalık çalışma saatlerinde ortaya çıkan değişimler, hafta sonu ve bayram tatilleri, nüfus yapısı ve eğitim düzeyi gibi etkenleri sıralamak mümkündür. Kültürel faaliyetler, eğitim olanakları, spor, alışveriş ve eğlence olanakları, farklı kültürleri tanıma isteği gibi sosyal faktörlerden de söz edilebilir (Oktayer, Susam ve Çak, 2007: 20). Bu faktörlerin haricinde kültürel faktörler de sosyal yapı içerisinde yer aldığı için sosyal faktörler başlığına dahil edilebilir (Vanhove, 2005: 55).

III.3.2.1.3. Politik Faktörler

Turizm talebi üzerinde oldukça etkili rolü olan faktörlerden biri de turistin; kendi ülkesi ile seyahat ettiği ülkenin aralarındaki siyasi ve politik durumdur (Olalı ve Timur, 1988: 206; Bahar, 2000: 44). Seyahat talebinde bulunacak turistin ülkesinde iç ve dış turizmi engelleyici nitelikte bir siyasi rejim söz konusu ise bu durum turizmin gelişmesini zorlayacaktır. Turizm sektöründe, dış turizm talebi üzerinde sınırlayıcı ve baskılayıcı yasaların yer almaması ve turizme engel olmaması gerekmektedir (Bahar, 2000: 44).

III.3.2.1.4. Psikolojik Faktörler

Bu faktörler arasında moda, dinî inançlar, doğal yaşama duyulan özlem, reklam ve tanıtım gösterilebilir. Moda, turizm talebi üzerindeki fiyat faktörünün negatif etkisini azaltabilen en önemli unsurlardandır. İnsan yaşamını yönlendirmede etkin bir görev üstlenen moda, zevk ve alışkanlıklar, diğer mal hizmetlere olan talebi etkilediği gibi turistik mal ve hizmetlere olan talebi de etkileyebilmektedir. Özellikle turistik bölgelerdeki turizm ürünleri çoğunlukla moda eğilimlerinin etkisi altındadır (Oktayer, Susam ve Çak, 2007: 22).

III.4. Turizm ve Kalkınma İlişkisi

Turizm son zamanlarda değişik amaçlar için popüler bir küresel faaliyet olmaktadır. Turizm birbirine bağlantılı olarak ekonomi, politika, sosyoloji, çevre, hukuk, iş gibi farklı çalışma alanları ile ilişkilidir. Bu özelliği ile turizmin ülkelerin gelişmesine katkı sağladığını söylemek mümkündür (Keskin ve Cansız, 2010: 23-45).

Turizm, döviz sağlayıcı ve istihdam olanağı gibi nitelikleriyle yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, birtakım eksiklikleri olmasına rağmen uygun şartlar ve kabul edilebilir tercihler ile gelişmekte olan ekonomiler açısından önemli bir sektör olmaktadır (Gülbahar, 2009: 20-46). Dünya ile birlikte Türkiye'de de turizme yönelik çalışmalar büyük çapta bir ilerleme kaydetmiştir. Turizm sektörüne yapılan yatırımlardaki artış milli gelir içerisinde turizmin payındaki artışın yanı sıra ödemeler dengesine ve hizmetler sektörüne de olumlu bir etki sağlamıştır (Dilber, 2007: 219).

Türkiye ekonomisinin yapı taşlarından biri olan ve dünyada da en fazla gelişen ve genişleyen sektörlerden biri turizm ile birçok hükümet; dış ticaret açığı, enflasyon ve işsizlik gibi konuların üzerinde durmaktadır (Çımat ve Bahar, 2003: 2). Özellikle 1950'lerden itibaren turizm talebindeki hızlı artış, bazı ülkelerde hükümetlerin ve girişimcinin fayda ve maliyet analizi yapmadan yatırım yapmasına yol açmaktadır. Birçok ülkenin turizmi öncü endüstri olarak görmesinin nedeni bölgesel ekonomik kalkınmayı sürdürmektir. Bölgesel kalkınma bakımından turizm sektörü, daima ekonomik kalkınmaya yön verici olmaktadır (Künü ve diğ., 2015: 74).

Turizm sektörünün gelişim göstermesi ile ulusal gelir seviyesinin iyileşmesi, turizmle ilgili endüstrilerden yararlanılması, istihdam oranının artırılması gibi konularda bölgenin diğer endüstrilerinin gelişmesine olanak sağlanmaktadır. Bu niteliği ile turizm, ekonomik kaynaklarını geliştirebilen bir faktör olarak görülmektedir (Lie, 2014: 225).

Ekonomik açıdan düşünüldüğünde genellikle turist harcamaları ihracatın bir benzeri olarak görülmektedir. Bir ihraç ürünü olmamasına karşın turizm faaliyetinin ekonomideki etkileri ihracattaki gibi olmaktadır. Herhangi ihraç malının yurt dışına satılması zorunlu iken, turizm ürününden yararlanmak isteyen turizm tüketicileri bu ürünün

bulunduğu yere seyahat etmek zorundadırlar. Turizm ürünü ÷lkede kalmasına rağmen halde ihraç edilmiş gibi bir etkisi olmaktadır. Bu durum turizm gelirlerinin ihracatın bir benzeri olarak değerlendirilmektedir (Akova, 1997: 271).

Turist harcamaları, döviz girişı ile ödemeler dengesine ve turizm genişlemesi ile oluşan gelirlere katkı sağlayabilir ve ekonomi için ciddi bir gelir kaynağı olabilmektedir. İstihdam, vergi gelirleri ve diğer ek gelirler gibi farklı ekonomik kazançlar turizm faaliyetleri sayesinde elde edilebilmektedir. Bu özellikleri ile turizm sektörünün gelişmesinin ve ilerlemesinin ekonomik büyümeye olumlu bir katkıda bulunduğunu söyleyebiliriz (Künü ve diğ., 2015: 77).

III.5. Turizmin Etkileri

Turizm; günümüzde tüm dünya ÷lkelerini ilgilendiren, ekonomik, sosyal ve çevresel bir olgudur (Çalışkan ve Tütüncü, 2008: 807). Turizm sektörü, ÷lkeler için hızlı ilerleyen bir özelliğe sahiptir. Gelişmekte olan ÷lkelerde turizm teşviklerinin temel amacı, ÷lkeye döviz girişinin sağlanmasıdır (Zaei ve Zaei, 2013: 15).

Turizm özellikle gelişmekte olan ÷lkelerde kalkınmalarını sağlamak ve sürdürmek için gereksinimleri olan dövizini sağlamak, ÷lkede üretim verimliliğini ve çeşitliliği arttırmak ve özellikle istihdam olanakları sağlamak açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Turizme bazı ÷lkelerin görüşleri bu şekilde olumlu iken buna karşın bazı ÷lkeler, turizmin zararlarının faydalarından fazla olduğunu savunmaktadırlar (Karaçor, 1998: 207).

Turistik gereksinimlerin giderilmesi için turistlerin yaptıkları harcamalar, ekonomiye dalga dalga yayılarak bir hareketlilik katmakta ve bu gereksinimlerin giderilmesine yönelik üretim, ayrı bir önem kazanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 88).

Turizm sektörünün geliştiği ÷lkeye ya da bölgeye ekonomik olarak büyük katkılar sağlaması bölgede yaşayan insanlara sosyal ve fiziksel çevre bakımından da olumlu katkıları da beraberinde getirmektedir.

Turizm, insanlar arasında kültürel değişim ve etkileşimi sağlayan ve insanların kültür düzeylerini artırmaya imkân veren en önemli araçlardan biridir. Yeryüzünde yaşayan milletler hakkında neredeyse herkesin sahip olduğu öngör÷leri vardır. Aynı ÷lke içindeki vatandaşların, farklı şehirlerdeki insanlar hakkında da bu tarz düşüncelere sahip olabilmektedir. İnsanların bir araya gelmesini sağlayan turizm hareketleri, kişilerin birbirlerini daha yakından tanıma fırsatı sunmaktadır. Turizmin diğer sosyolojik etkisi ise, toplumun dışı açılmasını ve değer yargılarının değişim sürecinin hızlanmasını sağlamaktır (MEGEP, 2007: 29).

Turizm, genel olarak olumlu etkileriyle bilinmekle beraber, sosyal koşulların değişmesine yol açabilmektedir. Yerli halkın değer anlayışlarında, kişisel davranış şekillerinde, aile bağlarında, ortak genel yaşam biçiminde, geleneksel merasimlerde ve cemiyet örgütlenmelerinde büyük sorunlara sebep olabilmektedir (Milman & Pizam, 1988: 191).

Turizm, dünya ekonomisinde en geniş endüstrileri ve en hızlı büyüyen ekonomik sektörleri arasındadır. Her yıl milyonlarca insan, turizm sektörüne ciddi harcamalar yapmaktadır. Devletlerin turizmden elde ettiği gelirler, yine o ÷lke vatandaşlarının refahı için harcanmaktadır. Devletler, turistin her harcamasından doğan, dolaylı ve dolaysız çeşitli vergilere tabi tutmakta ve bu vergiler büyük rakamlara ulaşmaktadır. Aynı zamanda Turistler gittikleri yerlerin satışlarına, istihdam olanaklarına, vergi gelirlerine ve o bölgenin gelirinin artmasına katkı sağlar. Bu katkılar turizmin başlıca sektörleri içinde yer alan, oda kiralama, restoran, taşımacılık, eğlence ve ticareti

kapsamaktadır. Günümüzde bazı ülke veya kentlerin ekonomisi büyük oranda turizm sektörüne bağlıdır. Marmaris, Bodrum, Antalya gibi kentlerimizin ekonomik yaşamı, önemli ölçüde turizm üzerine kuruludur (MEGEP, 2007: 30).

Bugün turizmin meydana getirdiği ekonomik, politik, sosyolojik ve kültürel etkiler ülke ekonomilerinde, uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlara yol açmaktadır. Turizmin; iş hacmini ve yatırımları artıran, gelir sağlayan, ülkeye döviz girişi sağlayan, yeni istihdam olanakları sağlayan, sosyal ve kültürel yaşamı etkileyen, siyasi açıdan da önemli toplumsal ve bireysel ilişkilerin kurulmasını sağlaması, ülkelerin bu sektör üzerinde dikkatinin yoğunlaşmasına yol açmıştır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yaşadıkları ekonomik sıkıntıların aşılmasında, turizmin sağladığı dinamik ekonomik etkiler, bu ülkelerin turizme daha çok önemsemesine neden olmuştur (MEGEP, 2007: 31).

Turizm, belirli bölgeler ve bölgeler için güçlü etkilere sahip olabilecek bir olgudur. Diğer yandan dünya çapında büyük bir yere sahip olan ve ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan olumlu ve olumsuz etkileri olan turizm sektörü, bu bağlamda büyük önem arz taşımaktadır (Mathieson ve Wall, 1982; Vanhove, 2005: 169).

III.5.1. Turizmin Yerel Kalkınmaya Olumlu Etkileri

Turizm sektörü; işgücü, ekonomik ve demografik yönlerden karma bir özellik sergilemektedir. Farklı gruplara mensup yaş, meslek, gelir ve kültürlere sahip kimseler, bu sektörde aynı işletme içinde istihdam edebilmektedirler. Aynı zamanda, turizm sektörü tarafından olanak sağlanan temizlik, satın alma, depolama gibi birçok alt meslek grupları, ileri seviyede beceri gerektirmemektedir. Bu bağlamda, turizm sektörüne uygun olan, gelişmemiş ya da az gelişmiş yörelerdeki istihdamın önemli kaynaklarından birini

oluşturmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda turizmin olumlu etkilerini şu şekilde sayabiliriz (Aktakas, 2006: 22):

- İstihdam sağlamadaki katkısı ve önemi,
- Döviz ve yabancı sermaye girişi sağlanması,
- Kültür varlıklarının korunmasına yönelik katkısı,
- Kültürlerarası iletişim ve etkileşimi desteklemesi sayılabilir.

Turizm ve kültür arasında sıkı bir bağ vardır. Bu iki kavram; birbirini harekete geçiren, geliştiren ve yaygınlaşmasını sağlayan bir etki bırakmaktadır. Turistler, çeşitli kültürel varlıkları tanımak için seyahat etmektedirler. Turistler gittikleri yerlerin satışlarına ve karlarına katkı sağlamaktadırlar. Özellikle el sanatları, turistlerin daima ilgisini çekmektedir. Ankara Beypazarı, Safranbolu örneklerinde olduğu gibi Türk kültürünün turizm hizmetine takdim edilmesiyle, hem yerel halk bu sektörden kazanç sağlamakta hem de turistler daha fazla bilgi ve tanıma şansına sahip olmaktadır. Bu edindikleri bilgi ve kültürü, yaşadıkları çevreye de aktarmaktadırlar.

Turizm, insanları birbirine yakınlaştıran, birbirleri hakkındaki ön yargılarının değişimini sağlayan bir aktör olmaktadır. Farklı ülkelerin insanların birbirleri ile yaşadığı bu olumlu hava devlet idarelerini de etkilemektedir. Günümüzde ülke yöneticileri, kamuoyunun fikirlerine ve isteklerine cevap vermek zorunda oldukları için, politikalarını bu çerçevede belirlemekte ve seyahat etmeyi kolaylaştırmaya yönelik önlemler almaktadırlar (MEGEP, 2007: 30).

III.5.2. Turizmin Yerel Kalkınmaya Olumsuz Etkileri

Ülkelerin ekonomisi ve yörelerin kalkınması yönünden turizm bazen olumsuz sonuçlara yol açabilir. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan turizm potansiyeline sahip

bölgelerde, turizmin gelişmesinin akabinde birtakım sorunlar da ortaya çıkabilmektedir. Doğal ve kültürel çevre bakımından değerlendirildiğinde, söz konusu olumsuz etkileri şu sıralayabiliriz (Demircan, 2014: 36).

- Doğal çevrenin gündün güne yapılaşmış çevre haline gelmesi,
- Çevrenin taşıma kapasitesi göz önünde bulundurulmaksızın ortaya çıkan yığılma ve yoğunlaşmaların yol açtığı çevresel sorunlar,
- Yöre halkı ile turist arasında ortaya çıkan yaşam şekli ve kültürel farklılıklardan kaynaklı gerilim,
- Ziyaretçi sayılarının yoğunluğunun kültürel varlıklar üzerindeki olumsuz etkiler.

III.5. Turizmin Bölgesel Gelişme Farklılıklarının Giderilmesi Üzerindeki Etkisi

Türkiye, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının ciddi oranlarda yaşandığı bir ülkedir. Türkiye’de hem kent hem kırsal yerleşim birimleri arasında hem doğusu hem batısı arasında hem de kıyı turizmini geliştirme odaklı ulusal politikaların etkisi ile batısı ve güney kıyı kentleri ile diğer iller arasında ortaya çıkan sosyo-ekonomik gelişmişlik farklılıkları mevcuttur. Bunun yanı sıra, her bir bölgenin farklı illeri kendi içerisinde çeşitli karaktere sahip olabilmektedir (Çağlı, 2012: 43).

Türkiye’de yaşanan bölgesel gelişmişlik farklılıklarının nedenleri şu şekilde açıklanabilir; Türkiye’nin doğu bölgelerinin merkeze olan uzaklığı, sert iklim koşulları, coğrafyasının dağlık oluşunun yol açtığı dezavantajlar ile tarım sektöründeki yanlış politikaların işsizliğin artmasına yol açması, dağınık kırsal yerleşmeler, doğal kaynakların yetersizliği olarak sıralanabilir.

Bölgelerarası farklılıklar iki temel sorunu da beraberinde getirmektedir. Bunlar çok fazla büyüme sonucunda ortaya çıkan metropoliten alan sıkıntıları ile az gelişmiş bölge sorunlarıdır. Türkiye’de az gelişmiş bölgeler nitelikli ve girişimci işgücünün gelişmiş kentlere göç etmesi, istihdam sorunu, eğitim seviyesi, sosyal hizmetlerden faydalanamama, yetersiz fiziksel altyapı, ekonomik durgunluk, bölgeye yatırım çekememe, gelir düzeyi, girişimcilik kapasitesinin yetersizliği, ulusal sanayi ve ticaretteki büyümeden pay alamama gibi sosyo-ekonomik gelişmişlik göstergelerinde düşüş yaşamaktadırlar (Çağlı, 2012: 43-44).

Turizm sektörü diğer sektörlerle kıyasla, ülkenin az gelişmiş ya da gelişmekte olan bölgelerin ekonomik gelişmesi üzerinde daha etkin alternatif olanaklar sağlamaktadır. Turizmin bu bölgelerde gelişmesi, yöresel el sanatları ve hediyelik eşya gibi yerel faaliyetler, hizmetlerin gelişmesini destekleyecektir. Dolayısıyla bu durum bölgeye parasal kaynak akışı ve teşvik fırsatı sağlayacak; yerel halk bölgedeki otel ve diğer turizm işletmelerine, yöresel mal ve hizmet arz etme şansı yakalayacaktır. Benzer faaliyetlerin yaygınlaşması ve gelişmesi sayesinde bölge ekonomisine önemli katkılar sağlanacaktır (Bahar ve Kozak, 2006: 141).

Turizmin etkilerinden bir diğeri de bölge halkının refah seviyesinin artışı üzerindeki etkisidir. Bölgeye gelen turist hareketleri ile birlikte, yöre vatandaşları, toplu ulaştırma sistemlerinde daha ileri seviyelere, elektrik ve su gibi altyapı hizmetlerinde üst seviyeye ulaşması, alışveriş ve eğlence merkezleri gibi tesislere sahip olma şansını yakalayabilirler. Bu bağlamda turizm, belli bir kalifiyeye sahip olmayan, istihdam imkânı olmayan işsiz kişi sayılarının azaltılmasına olanak sağlayarak, ekonomik birimlerin çeşitlenmesine ve bölgede diğer sektörlerin de gelişmesine elverişli bir zemin hazırlamaktadır (Bahar, 2007: 8).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN YEREL KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BARTIN İLİ UYGULAMASI

IV.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı turizm yönünden zengin kaynaklara sahip olan Bartın ilinin kalkınmasında bu kaynakların kullanılabilirliğini ölçmektir. Bu amaç doğrultusunda bağımlı ve bağımsız değişkenler belirlenerek, bu değişkenler ile Bartın ilinin sahip olduğu alternatif turizm potansiyelinin bölgenin kalkınması için etken rol olarak kullanılıp kullanılmayacağına dair deneklerin görüşleri ölçülmeye çalışılmıştır. Bu yönde bağımsız değişken Bartın ilinin alternatif turizm potansiyeli, bağımlı değişken ise bölgenin kalkınması şeklinde ortaya konmuştur.

IV.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örnekleme

Araştırma yöntemi olarak anket çalışması kullanılmış olup, bu çalışma Bartın ilinde halkın turizmin ekonomiye katkısı üzerindeki görüşlerini belirlemek üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın evrenini, Bartın ilinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Anket farklı yaş grubundan, eğitim düzeyinden, meslekten, cinsiyetten ve gelir grubundan bireylere uygulanarak halkın her kesiminden bireylere ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket çalışması rastgele seçilen kişilerle yapılmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2016 yılı adrese dayalı nüfus kayıt verilerine göre Bartın ilinin toplam nüfusu 2017 yılı itibari ile 193.577 olup (TUİK, 2018) araştırma kapsamında tüm bireylere ulaşılması işgücü, zaman ve maliyet gerektireceğinden çalışmada örnekleme yöntemi kullanılması uygun görülmüştür.

Bunun için örnek büyüklüğünün belirlenmesinde Tablo 10' dan yararlanılarak Yazıcıoğlu ve Erdoğan 'ın (2004) çalışması kullanılmış ve %5 örnekleme hatası ile 390 kişi üzerinde araştırma yapılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Ankete katılacak olan bireyler rastgele seçilmiş ve toplamda 390 anket birebir görüşme şeklinde tamamlanmıştır. Çalışmada Yıldız'ın 2007'de yapmış olduğu çalışmasında yer alan sorulardan yararlanılmıştır (Yıldız, 2007).

Tablo 20: $\alpha= 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			± 0.05 örnekleme hatası (d)			± 0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 Milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

IV.3. Analiz ve Bulgular

Uygulanan anket çalışması sonucu elde edilen veriler “SPSS Statistics 18” ekonometrik program ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler; Güvenirlilik analizi, demografik veriler ile turizmin ekonomiye katkısını belirlemeye yönelik likert soruların crosstabb(çaprazlama) analizi ve son olarak hipotezlerin kurulması ve test edilmesi analizleri yapılmıştır.

IV.3.1. Güvenirlilik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğine karar verebilmek için öncelikle 50 anketlik bir ön test yapılmış ve ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Elde edilen değere göre ölçeğin güvenilirliği yaklaşık % 92 olarak bulunmuştur. Bu ölçeği kullanabilmemiz için yeterli bir seviye olduğundan geri kalan anketler katılımcılara sunulmuştur.

Cronbach's Alpha (α) sayısı 0 ile 1 arasında bir değer almakta ve α sayısı 1'e ne kadar yaklaşırsa ölçek o kadar güvenilir olmaktadır (Kalaycı, 2006: 405).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	34

Diğer taraftan anketin likert ölçeğine dayalı soruların oluşturduğu birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerinde yer alan toplam 34 soru için “Alfa Modeli ”ne göre uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda α (Alfa) = %75 çıkmıştır. Bu durumda ölçek güvenilir olarak elde edilmiştir.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	34

Araştırmanın analiz kısmında katılımcılarının demografik özellikleri ile Turizmin ekonomiye katkısı konusundaki bakış açıları arasında fark olup olmadığına bakılmıştır. Araştırmada parametrik ya da parametrik olmayan testlerden hangilerinin kullanılacağına karar vermek için Kolmogorov-Smirnov normallik uygulanmış, testinin sonucunda likert ölçekli tüm verilerin normal dağılmadığı görülmüştür ($p < 0,05$) (Lorcu, 2015: 102-103). Ayrıca verilerin histogram grafikleri ve çarpıklık, basıklık değerleri de verilerin normal dağılıma uygun olmadığını göstermiştir. Bu nedenle analiz yöntemlerinden parametrik olmayan testler kullanılmıştır (Altunışık ve diğ., 2010: 164-165). Bu kapsamda araştırma hipotezleri Mann Whitney U ve Kruskal Wallis test tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

V.3.2. Demografik Verilerin Dağılımları

Demografik verilerin elde edilmesi amacıyla yaş, cinsiyet, eğitim durumu, hane halkı geliri, medeni durum, çocuk sayısı, Bartın ilinde yapılabilecek turizm çeşitleri gibi sorular katılımcılara yöneltilmiştir.

Katılımcıların yaşlara göre dağılımları tabloda verilmiştir. Anket çalışmasına 16-25 yaş arası 199 kişi, 26-35 yaş arası 85 kişi, 36-45 yaş arası 47 kişi, 46-60 yaş arası 42 kişi, 61 yaş ve üstü 17 kişi katılmıştır.

Tablo 21: Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
16-25 arası	199	51,2
26-35 arası	85	21,4
36-45 arası	47	12,0
46-60 arası	42	10,9
61 ve üstü	17	4,5
Toplam	390	100,0

Cinsiyete göre katılımcıların dağılımı incelendiğinde ise 390 katılımcıdan 152'sinin (%39,0) kadın, 238'inin (%61,0) erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 22: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Kadın	152	39,0
Erkek	238	61,0
Toplam	390	100,0

Eğitim durumuna göre katılımcılar sırasıyla 11'i okuma yazma bilmiyor, 26'sı ilkokul, 35'i ortaokul, 97'si lise, 221'i üniversite ve üstü olduğu eğitim düzeyinde oldukları tabloda görülmektedir.

Tablo 23: Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılları

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Okuma yazma bilmiyor	11	2,8
İlkokul	26	6,7
Ortaokul	35	9,0
Lise	97	24,9
Üniversite ve üstü	221	56,7
Toplam	390	100,0

Katılımcılara hane halkı geliri de sorulmuştur. Elde edilen verilere göre 390 katılımcıdan 15'i 750 TL altı, 58'i 751-1500 arası, 97'si 1501-2250 TL arası, 113' 2251-3000 TL arası, 107'si 3000 ve üstü gelire sahiplerdir.

Tablo 24: Katılımcıların Hanehalkı Gelirlerine Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
0-750	15	3,8
751-1500	58	14,9
1501-2250	97	24,9
2251-3000	113	29,0
3000 ve üstü	107	27,4
Toplam	390	100,0

Katılımcıların medeni durumları da evli veya bekar olmaları şeklinde incelenmiştir. Tabloda görüldüğü üzere katılımcıların 134'ü evli, 256'sı bekadır.

Tablo 25: Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Evli	134	34,4
Bekar	256	65,6
Toplam	390	100,0

Katılımcıların çocuk sahibi olma durumları da anket soruları arasındadır. Katılımcıların çocuk sahibi olup olmadıkları incelendiğinde elde edilen verilerden 261'i hayır, 129'u evet sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 26: Katılımcıların Çocuk Sahipliğine Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Yok	261	66,9
Var	129	33,1
Toplam	390	100,0

Katılımcıların mesleklere göre dağılımları kamu sektörü, özel sektör, çalışmıyorum, serbest meslek ve emekli şeklinde 5 kategoriye ayrılmıştır. Sırasıyla 51'i kamu sektörü, 77'si özel sektör, 204'ü çalışmıyor, 38'i serbest meslek ve 20'si emeklidirler.

Tablo 27: Katılımcıların Mesleklere Göre Dağılımı

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Kamu Sektörü	51	13,1
Özel Sektör	77	19,7
Çalışmıyor	204	52,3
Serbest Meslek	38	9,7
Emekli	20	5,1
Toplam	390	100,0

Katılımcıların Bartın ilinde hangi turizm çeşitlerinin yapılabileceği sorulmuştur. Bu soruda uygun gördükleri birden fazla seçeneğe cevap verilmiştir. Bu cevapların ağırlıklı olarak Doğa Turizm ve Deniz-Kum-Güneş turizmi olarak dağıldığı görülmüştür. Bartın için Tarih turizmi de yine etkili olabileceği düşünülen bir turizm çeşidi olarak görülmektedir.

IV.3.3. İstatistiksel Analiz ve Bulgular

IV.3.3.1. Bartın İlinde Turizmin Gelişmesinin Bölge Ekonomisine Etkileri

Hakkındaki Düşüncelere Yönelik Veriler

Katılımcılarla yapılan anketin birinci bölümünde yer alan “Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgeye yabancı sermaye girişini artırarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları tablodaki gibidir;

Tablo 28: Katılımcıların Bölgeye Yabancı Sermaye Girişini Arttırır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	163	41,8	41,8
Katılıyorum	125	32,1	73,8
Kararsızım	53	13,6	87,4
Katılmıyorum	25	6,4	93,8
Kesinlikle Katılmıyorum	24	6,2	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin bölgeye yabancı sermaye girişini arttıracığı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %87,4 oranında desteklenmektedir.

“Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik yatırım artışı sağlayarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 29: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Yatırım Artışı Sağlar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	163	41,8	41,8
Katılıyorum	123	31,5	73,3
Kararsızım	48	12,3	85,6
Katılmıyorum	38	9,7	95,4
Kesinlikle Katılmıyorum	18	4,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin bölgeye yönelik yatırım artışı sağlayacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %85,6 oranında desteklenmektedir.

Turizm sektörünün karlı bir yatırım alanı olması nedeniyle Bartın ilinin turizme açılması ile bölgeye yönelik turistik talep artışı ile birlikte yatırımlarda artış olacaktır. Bu artışları istihdam artışı ve gelir artışı da izleyecektir.

“Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgede kişi başına düşen gelirin artmasını sağlayarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 30: Katılımcıların Bölgede Kişi Başına Düşen Gelir Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	144	36,9	36,9
Katılıyorum	119	30,5	67,4
Kararsızım	78	20,0	87,4
Katılmıyorum	29	7,4	94,9
Kesinlikle Katılmıyorum	20	5,1	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen gelirin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %87,4 oranında desteklenmektedir.

Turizmin gelişmesi ile birlikte kişi başına düşen gelirin artacağını ve bunun da bölgenin kalkınmasında etkili olacağını savunmaktadır. Çünkü bir bölgenin turizme açılması, o bölgeye dışarıdan yeni satın alma gücü pompalanması anlamına gelmektedir. Bölgeye yeni giren bu satın alma gücü, direk ve dolaylı olarak bölge halkının gelir

düzeyine artış yönünde yansıyacaktır. Bu durum ise bölgede kişi başına düşen gelirin artması, dolayısıyla refahın artması anlamına gelmektedir.

“Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgede yeni istihdam olanakları sağlayarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 31: Katılımcıların Yeni İstihdam Olanakları Sağlar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	190	48,7	48,7
Katılıyorum	118	30,3	79,0
Kararsızım	43	11,0	90,0
Katılmıyorum	21	5,4	95,4
Kesinlikle Katılmıyorum	18	4,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin yeni istihdam olanakları sağlayacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %90,0 oranında desteklenmektedir.

. Turizmin gelişmesi ile birlikte yeni istihdam olanaklarının artacağını ve bunun da bölgenin kalkınmasında etkili olacağını savunmaktadır. Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgede turistik talebin artmasına ve bu da yeni istihdam olanaklarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

“Bartın ilinde turizmin gelişmesi, bölgenin alt ve üst yapısının gelişmesini sağlayarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 32: Katılımcıların Bölgede Alt ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	136	34,9	34,9
Katılıyorum	126	32,3	67,2
Kararsızım	65	16,7	83,8
Katılmıyorum	34	8,7	92,6
Kesinlikle Katılmıyorum	29	7,4	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlayacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %83,8 oranında desteklenmektedir.

Turizmin gelişmesi, özellikle ulaşım, elektrik, su, kanalizasyon, haberleşme gibi altyapı olanaklarının yanında tiyatro, sinema, parklar ve çevre düzenlemeleri gibi üstyapı olanaklarının da gelişmesini sağlayacaktır. Bu hizmetler bölgedeki turistlere iyi hizmet sunabilmekle beraber bölge halkı da hizmetlerden yararlanacağı için bölgede yaşam kalitesinde artış olacaktır. “Bartın bölgesinde alternatif turizmin gelişmesi, bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerinin de gelişmesine katkı sağlayarak yerel kalkınmayı olumlu yönde etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 33: Katılımcıların Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesini Sağlar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	87	22,3	22,3
Katılıyorum	94	24,1	46,4
Kararsızım	101	25,9	72,3
Katılmıyorum	57	14,6	86,9
Kesinlikle Katılmıyorum	51	13,1	100,0
Toplam	390	100,0	

Tablodan görüldüğü katılımcıların Bartın ilinde turizmin gelişmesi halinde bu gelişimin tarım sektörünü etkileyerek bölgenin kalkınmasına olumlu katkılar sağlayacağı düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %72,3 oranında desteklenmektedir.

“Bartın ilinde alternatif turizmin gelişmesi, bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkını azaltır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 34: Katılımcıların Bölgenin Diğer Bölgelerle Arasındaki Gelişmişlik Farklarını Azaltır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	118	30,3	30,3
Katılıyorum	136	34,9	65,1
Kararsızım	76	19,5	84,6
Katılmıyorum	38	9,7	94,4
Kesinlikle Katılmıyorum	22	5,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %84,6 oranında desteklenmektedir.

Bartın ilinin zengin turizm potansiyeline sahip olması, diğer bölgeler ile arasındaki gelişmişlik farkının azaltılabilecek potansiyele sahip olduğu düşüncesini güçlendirmektedir.

“Bartın ilinde alternatif turizmin gelişmesi, bölgede kültürler arası etkileşimi sağlayarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 35: Katılımcıların Kültürlerarası Etkileşimi Artırarak Bölgenin Sosyal Açıdan Gelişmesini Sağlar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	177	45,4	45,4
Katılıyorum	128	32,8	78,2
Kararsızım	39	10,0	88,2
Katılmıyorum	23	5,9	94,1
Kesinlikle Katılmıyorum	23	5,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede turizmin gelişmesinin kültürler arası etkileşimi sağlayarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlayacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %88,2 oranında desteklenmektedir.

Turizmin beraberinde getirdiği kültürler arası etkileşim bölge halkı ile bölgeyi ziyarete gelen turistler arasındaki iletişimin ve birbirlerinin yaşam tarzı, etnik yapısı ve toplumsal karakterleri gibi konularda birbirlerini daha yakından tanıma ve birbirleri

hakkında bilgi sahibi olmasıyla, insanların farklı kültürler ve yaşam tarzlarını daha yakından tanıma şansı yakalayarak bu konudaki bilgi, görgü ve hoşgörü artışı sağlamaktadır.

“Bartın ilinde alternatif turizmin gelişmesi, doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını artırır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 36: Katılımcıların Doğal Alanların ve Tarihi Turistik Mekânların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	180	46,2	46,2
Katılıyorum	99	25,4	71,5
Kararsızım	49	12,6	84,1
Katılmıyorum	40	10,3	94,4
Kesinlikle Katılmıyorum	22	5,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların Bartın ilinde bölge halkının doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunmasında duyarlılığı artıracığı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %84,1 oranında desteklenmektedir.

Bir bölgedeki doğal alanları ile tarihi turistik mekanların varlığı ve zenginliği bu bölgenin turizm açısından en önemli kaynağıdır. Çünkü bu kaynak yenilenebilir bir kaynak değildir, doğal alanların düzenlenmesi konusunda fazla bir müdahale yoktur. Dolayısıyla bu doğal alanların korunması ve mevcut doğal özelliklerini kaybetmemesi turizmin işleyişi açısından son derece önemlidir.

“Bartın ilinde alternatif turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik çevre bilincini artırır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 37: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Çevre Bilincini Artırır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	152	39,0	39,0
Katılıyorum	121	31,0	70,0
Kararsızım	51	13,1	83,1
Katılmıyorum	37	9,5	92,6
Kesinlikle Katılmıyorum	29	7,4	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte bölgeye yönelik çevre bilinci ve bu bilince bağlı olarak çevre kalite standardının artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %83,1 oranında desteklenmektedir.

Bir bölgede turizmin gelişmesi, bölge halkının bölgeye yönelik çevre bilincini artıracaktır. Sosyal turizmin, turizmin hammaddesi olan doğal, tarihi ve coğrafi güzellikleri üzerindeki doğal çevre baskısı zamanla bu güzelliklerin yıpranması ve giderek yok olmasına sebep olacaktır.

Bu sebeple bölge halkının çevre bilincinin artmasıyla birlikte bölgede sosyo-kültürel bir kalkınma sağlanarak turizmdeki sürdürülebilirlik sorunu çözüme kavuşacaktır.

4.3.3.2. Bartın İlinde Turistik Talebin Analizine Yönelik Veriler

Bu bölümde, Bartın ilinde katılımcıların turistik talebin nasıl arttırılacağına yönelik tutumlarının analizini içermektedir.

“Bartın ilinde yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 38: Katılımcıların Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	212	54,4	54,4
Katılıyorum	115	29,5	83,8
Kararsızım	23	5,9	89,7
Katılmıyorum	26	6,7	96,4
Kesinlikle Katılmıyorum	14	3,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede yeterli tanıtım yapılırsa turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %89,7 oranında desteklenmektedir.

Bir bölge ne kadar turizm arzına sahip olursa olsun bölge yeterince tanınmadığı takdirde bu bölge mevcut turizm arzını turistlere sunma imkânı olmayacaktır. Bu nedenle bölgenin turizm arzını sunabilmesi için bölgenin yeterince tanınmış olması önemli bir etkiye sahiptir.

“Bartın ilinde ulaşım imkanları geliştirildiği takdirde turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 39: Katılımcıların Ulaşım İmkanları Geliştirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	166	42,6	42,6
Katılıyorum	124	31,8	74,4
Kararsızım	60	15,4	89,7
Katılmıyorum	23	5,9	95,6
Kesinlikle Katılmıyorum	17	4,4	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede ulaşım olanakları geliştirilirse turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %89,7 oranında desteklenmektedir.

Bartın iline en yakın olan Çaycuma havayolunun kullanıma açılması halinde turizm avantajını güçlendirecektir.

“Bartın ilinde altyapı imkanları geliştirilirse turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 40: Katılımcıların Altyapı İmkanları Geliştirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	138	35,4	35,4
Katılıyorum	106	27,2	62,6
Kararsızım	83	21,3	83,8
Katılmıyorum	42	10,8	94,6
Kesinlikle Katılmıyorum	21	5,4	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede altyapı olanakları geliştirilirse turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %83,8 oranında desteklenmektedir.

“Bartın ilinde turistlere yönelik eğlence imkanları geliştirilirse turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 41: Katılımcıların Turistlere Yönelik Eğlence İmkânları Geliştirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	197	50,5	50,5
Katılıyorum	111	28,5	79,0
Kararsızım	30	7,7	86,7
Katılmıyorum	28	7,2	93,8
Kesinlikle Katılmıyorum	24	6,2	100,0
Toplam	390	100,0	

Tablodan anlaşıldığı üzere, katılımcılardan kararsız olanları da dahil ettiğimizde %86,7’si turistlere yönelik eğlence imkanlarının geliştirilmesinin turistik talep artışını sağlayacağı düşüncesini desteklemektedir.

Alternatif turizm denildiğinde akla ilk gelenler inanç turizmi, kongre turizmi, dağ ve kış turizmi, termal turizm, yayla turizmi, deniz-kum-güneş turizmi gibi turizm türleri gelmektedir.

Oysa günümüzde çeşitli turizm türleri ortaya çıkmakta, yeni turizm trendlerine sahip olan veya bu imkanlarını iyi kullanabilen ülkeler ya da bölgeler ekonomilerine önemli katkılar sağlayabilmektedir. Bunlardan biri de müzik ve eğlence turizmidir.

“Bartın ilinde konaklanacak tesis arttırılırsa turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 42: Katılımcıların Konaklanacak Tesis Arttırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	195	50,0	50,0
Katılıyorum	106	27,2	77,2
Kararsızım	48	12,3	89,5
Katılmıyorum	25	6,4	95,9
Kesinlikle Katılmıyorum	16	4,1	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede konaklanacak tesis sayısının artışıyla bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %89,5 oranında desteklenmektedir. Turistik tesislerde tesis sayısı ve seçeneğinin artmasıyla birlikte bu tesislerin hizmet kalitesinin artması, turistik talep artışını da beraberinde getirecektir.

“Bartın ilinde nitelikli personel sayısı artarsa turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 43: Katılımcıların Nitelikli Personel Sayısı Arttırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	150	38,5	38,5
Katılıyorum	128	32,8	71,3
Kararsızım	61	15,6	86,9
Katılmıyorum	28	7,2	94,1
Kesinlikle Katılmıyorum	23	5,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların nitelikli personel istihdamındaki artışla beraber turistik talebin artacağı yönündeki düşünceleri destekleme oranı bu görüşe kararsız olan katılımcılarla birlikte %86,9 olduğu görülmektedir. Turizm sektöründe personelin nitelikli oluşu, turistlerle iyi ilişkiler içerisinde olması bölgeye turist talebinin artışı üzerinde olumlu etkilere sahiptir.

“Bartın ilinde turistik tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 44: Katılımcıların Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	185	47,4	47,4
Katılıyorum	119	30,5	77,9
Kararsızım	34	8,7	86,7
Katılmıyorum	25	6,4	93,1
Kesinlikle Katılmıyorum	27	6,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm tesislerindeki hizmet kalitesinin artışıyla bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %86,7 oranında desteklenmektedir.

“Bölgedeki turizme yönelik eğitim veren eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları tablodaki gibidir;

Tablo 45: Katılımcıların Bölgedeki Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	127	32,6	32,6
Katılıyorum	137	35,1	67,7
Kararsızım	71	18,2	85,9
Katılmıyorum	36	9,2	95,1
Kesinlikle Katılmıyorum	19	4,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm tesislerindeki hizmet kalitesinin artışıyla bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %85,9 oranında desteklenmektedir.

Bölgede turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı, turizmin ihtiyacı olan nitelikli personelin yetişmesine olanak sağlayacaktır ve dolayısıyla bölgeye yönelik turistik talep üzerinde artış yönünde etkisi olacaktır.

“Bölgedeki halkın turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 46: Katılımcıların Bölgedeki Halkın Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	137	35,1	35,1
Katılıyorum	122	31,3	66,4
Kararsızım	77	19,7	86,2
Katılmıyorum	34	8,7	94,9
Kesinlikle Katılmıyorum	20	5,1	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm tesislerindeki hizmet kalitesinin artışıyla bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %86,2 oranında desteklenmektedir. Bölge halkının turiste karşı sergilediği davranış ve tutumun turistik talep üzerinde önemli bir etkisi vardır.

IV.3.3.3. Bartın İlinde Turizmin Gelişmesi Açısından Avantaj ve

Dezavantajları Analizine Yönelik Veriler

Bu bölümde, Bartın ilinde turizm konusundaki gelişme potansiyelini ortaya koyarak bölgenin turizm açısından sahip olduğu avantaj ve dezavantajlarını belirlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu sayede bölgede turizmin gelişmesi için ne tür tedbirlerin alınması saptamamızı sağlayacaktır.

“Bartın ilinde çarpık kentleşme ve trafik olmaması göller bölgesinde turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 47: Katılımcıların Bartın İlinde Çarpık Kentleşme ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	190	48,7	48,7
Katılıyorum	65	16,7	65,4
Kararsızım	49	12,6	77,9
Katılmıyorum	34	8,7	86,7
Kesinlikle Katılmıyorum	52	13,3	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorununun olmamasının turizmin gelişmesi açısından avantajlı bulup bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %77,9 oranında desteklenmektedir.

Günümüzde insanların çoğunlukla kent yaşamının getirdiği yoğunluk, stres, gürültü yorgunluğu ve rutin yaşam tarzının olumsuz etkilerinden uzaklaşmak amacıyla seyahat etmektedirler. Bu nedenle, turizm için tercih edilen bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorununun olmaması söz konusu bölge için bir avantajdır.

“Bartın ilinin zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 48: Katılımcıların Bartın İlinin Zengin Tarihi ve Kültürel Değerlere Sahip Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	198	50,8	50,8
Katılıyorum	91	23,3	74,1
Kararsızım	49	12,6	86,7
Katılmıyorum	34	8,7	95,4
Kesinlikle Katılmıyorum	18	4,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgenin çarpık zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olmasının turizmin gelişmesi açısından avantajlı bulup bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %86,7 oranında desteklenmektedir.

Bir bölgenin zengin bir tarihinin ve kendine has kültürel değerleri olması bir bölgenin temel hammaddelerinden biri olup bölgenin çekiciliğini artıran bir avantajdır.

“Bartın ilinde ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 49: Katılımcıların Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	136	34,9	34,9
Katılıyorum	128	32,8	67,7
Kararsızım	80	20,5	88,2
Katılmıyorum	29	7,4	95,6
Kesinlikle Katılmıyorum	17	4,4	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgede ulaşımın kolay olmasının turizmin gelişmesi açısından avantajlı bulup bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %82,2 oranında desteklenmektedir.

Bir bölgenin turistik merkezlere hava ve karayolu ulaşımının olması, bu bölgenin turizminin gelişmesi açısından önemli bir avantajdır.

“Bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından bir dezavantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları tablodaki gibidir;

Tablo 50: Katılımcıların Bölgedeki Turizm Yatırımlarının Yetersiz Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	162	41,5	41,5
Katılıyorum	124	31,8	73,3
Kararsızım	51	13,1	86,4
Katılmıyorum	30	7,7	94,1
Kesinlikle Katılmıyorum	23	5,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajlı bulup yatırımların yeterli olması durumunda bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %86,4 oranında desteklenmektedir.

“Bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından bir dezavantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 51: Katılımcıların Bartın İlindeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	163	41,8	41,8
Katılıyorum	144	36,9	78,7
Kararsızım	36	9,2	87,9
Katılmıyorum	24	6,2	94,1
Kesinlikle Katılmıyorum	23	5,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgedeki turistik tesis sayısının azlığının turizmin gelişmesi açısından olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ve bölgedeki turistik tesis sayısının iyileştirilmesi durumunda turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %87,9 oranında desteklenmektedir.

“Bölgenin yeterince tanınmaması turizmin gelişmesi açısından bir dezavantajdır” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 52: Katılımcıların Bölgenin Yeterince Tanınmamış Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	210	53,8	53,8
Katılıyorum	100	25,6	79,5
Kararsızım	45	11,5	91,0
Katılmıyorum	13	3,3	94,4
Kesinlikle Katılmıyorum	22	5,6	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajlı bulup bölgenin daha tanınır hale gelmesi durumunda bölgeye turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %91,0 oranında desteklenmektedir.

Bir bölge ne kadar turizm arzına sahip olursa olsun bölge yeterince tanınmadığı takdirde bu bölge mevcut turizm arzını turistlere sunma imkânı olmayacaktır. Bu nedenle bölgenin turizm arzını sunabilmesi için bölgenin yeterince tanınmış olması önemli bir etkiye sahiptir.

“Bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse göller turistik talep artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 53: Katılımcıların Bölge Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	148	37,9	37,9
Katılıyorum	132	33,8	71,8
Kararsızım	68	17,4	89,2
Katılmıyorum	23	5,9	95,1
Kesinlikle Katılmıyorum	19	4,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse bölgede turistik talebin artacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %71,8 oranında desteklenmektedir. Bölge halkının turiste karşı ilgisi, tutumu ve davranışları turistler üzerinde önemli bir etki bırakmaktadır dolayısıyla bu durum turizm talebini de beraberinde getirecektir.

IV.3.3.4. Bartın İlinde Turizm Gelişirse Avantaj ve Dezavantajları

Analizine Yönelik Veriler

Bu bölümde Bartın ilinde turizm gelişirse bölgedeki turizmin gelişmesiyle birlikte bölgedeki değişimlerin olumlu ve olumsuz yönlerini ortaya koymak ve bu değişimin avantaj ile dezavantajlarının saptanabilmesi için hazırlanmıştır.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, bölgede gıda fiyatları yükselir” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 54: Katılımcıların Gıda Fiyatları Yükselir Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	143	36,7	36,7
Katılıyorum	114	29,2	65,9
Kararsızım	64	16,4	82,3
Katılmıyorum	32	8,2	90,5
Kesinlikle Katılmıyorum	37	9,5	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse gıda fiyatları üzerindeki değişimin fiyatlar yükselir yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %82,3 oranında desteklenmektedir.

Turizm ve tarım birbirini en iyi tamamlayan sektörlerden biridir. Çünkü turizm temel yiyecek ve içeceklerin yoğun olarak tüketildiği bir hizmet sektörüdür. Turizm sezonunun canlanmasıyla yabancı turistlerin alım gücünün yerli halka oranla yüksek olması, turistlerin daha pahalı mal ve hizmetleri satın almaya ve yüksek fiyat ödemeye razı olmaları fiyat artışlarını da beraberinde getirecektir.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, bölgede kira ve ev fiyatları yükselir” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları tablodaki gibidir;

Tablo 55: Katılımcıların Kira ve Ev Fiyatları Yükselir Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	144	36,9	36,9
Katılıyorum	119	30,5	67,4
Kararsızım	59	15,1	82,6
Katılmıyorum	34	8,7	91,3
Kesinlikle Katılmıyorum	34	8,7	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse kira ve ev fiyatları üzerindeki değişimin fiyatlar yükselir yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %82,6 oranında desteklenmektedir.

Turizmin etkisiyle ortaya çıkan fiyat artışlarıyla birlikte maliyet artışı da gündeme gelerek, enflasyon oranı bölgesel olsa da artma eğilimi gösterir. Ayrıca gayrimenkul ve arsa fiyatları da buna eş olarak artacaktır. Bu durumda insanlar daha fazla kira ile vergi ödemek zorunda kalacaktır. Yerli ve yabancı turistlerin otel konaklaması dışında oda ve ev kiralama tercihleri de yine kira fiyatlarının artması üzerinde etkili olacaktır.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, eğitim sektörünü olumlu etkiler” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları tablodaki gibidir;

Tablo 56: Katılımcıların Eğitim Sektörünü Olumlu Etkiler Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	89	22,8	22,8
Katılıyorum	128	32,8	55,6
Kararsızım	127	32,6	88,2
Katılmıyorum	30	7,7	95,9
Kesinlikle Katılmıyorum	16	4,1	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse eğitim sektörü üzerindeki değişimin eğitim sektörünü olumlu etkiler yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %88,2 oranında desteklenmektedir.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, bölgede trafik sorunu artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 57: Katılımcıların Trafik Sorunu Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	133	34,1	34,1
Katılıyorum	124	31,8	65,9
Kararsızım	64	16,4	82,3
Katılmıyorum	38	9,7	92,1
Kesinlikle Katılmıyorum	31	7,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse trafik sorunu üzerindeki değişimin trafik sorunu artar yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %82,3 oranında desteklenmektedir.

Turizmin gelişmesiyle bölgeye özel araçlarıyla seyahat etmeyi tercih eden turistlerin, bölgede araç sayısındaki artış ile birlikte trafik sorunu da ortaya çıkacaktır.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, çevre kirliliği artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 58: Katılımcıların Çevre Kirliliği Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	113	29,0	29,0
Katılıyorum	120	30,8	59,7
Kararsızım	87	22,3	82,1
Katılmıyorum	38	9,7	91,8
Kesinlikle Katılmıyorum	32	8,2	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse çevre kirliliği üzerindeki değişimin çevre kirliliği artar yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %82,1 oranında desteklenmektedir.

Turizmin gelişmesi beraberinde bölgede nüfus artışını da getirecektir. Çevre kirliliğine yol açan önemli nedenlerden biri olan nüfus artışı olduğu göz önüne alındığında çevre kirliliğinde artış olması düşüncesini desteklemektedir.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, suç oranı artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 59: Katılımcıların Suç Oranı Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	73	18,7	18,7
Katılıyorum	78	20,0	38,7
Kararsızım	97	24,9	63,6
Katılmıyorum	68	17,4	81,0
Kesinlikle Katılmıyorum	74	19,0	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse suç oranı üzerindeki değişimin fiyatlar suç oranı artar yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %63,6 oranında desteklenmektedir. Burada dikkati çeken nokta “kesinlikle katılıyorum” diyen katılımcıların oranı %18,7 iken, bu görüşe “kesinlikle katılmıyorum” diyen katılımcıların oranı daha fazla olup %19,0’dır. Yani, Bartın ilinde turizm gelişirse suç oranı üzerindeki değişimin suç oranlarının artacağı yönünde olmadığıdır.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, bölgeye yönelik göç artar” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 60: Katılımcıların Bölgeye Yönelik Göç Artar Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	95	24,4	24,4
Katılıyorum	130	33,3	57,7
Kararsızım	82	21,0	78,7
Katılmıyorum	55	14,1	92,8
Kesinlikle Katılmıyorum	28	7,2	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse bölgeye yönelik göç üzerindeki değişimin bölgeye göç artar yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %78,7 oranında desteklenmektedir.

Turizm gelişirse bölgede yeni istihdam olanakları sağlanacaktır. Katılımcılar bu sayede hem bölgeden işsizlik nedeniyle göç etmiş yerel halkın yeni istihdam olanağı sayesinde bölgeye geri göç edecekleri hem de diğer bölgelerden yeni göçler olacağı düşüncesini savunmaktadır.

“Bartın ilinde turizm gelişirse, kültürel yapı bozulur” ifadesine yöneltilen cevapların frekans dağılımları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 61: Katılımcıların Kültürel Yapı Bozulur Düşüncesi

	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif
Kesinlikle Katılıyorum	66	16,9	16,9
Katılıyorum	78	20,0	36,9
Kararsızım	112	28,7	65,6
Katılmıyorum	72	18,5	84,1
Kesinlikle Katılmıyorum	62	15,9	100,0
Toplam	390	100,0	

Katılımcıların turizm gelişirse kültürel yapı üzerindeki değişimin kültürel yapının bozulacağı yönündeki düşüncesi bu görüşe kararsız kalan katılımcılarla birlikte %65,6 oranında desteklenmektedir.

IV.3.3.5. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Cinsiyet değişkenine göre bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H2: Cinsiyet değişkenine göre bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H3: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H4: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H5: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H6: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H7: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse eğitim sektörünü olumlu etkiler ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H8: Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H9: Cinsiyet değişkenine göre tüm sorulara verilen puanların ortalaması farklılık göstermektedir.

H10: Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H11: Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H12: Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi bölgede yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H13: Eğitim durumu değişkenine göre yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H14: Eğitim durumu değişkenine göre alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H15: Eğitim durumu değişkenine göre ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H16: Eğitim durumu değişkenine göre turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H17: Eğitim durumu değişkenine göre konaklanacak tesis artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H18: Eğitim durumu değişkenine göre ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H19: Eğitim durumu değişkenine göre nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H20: Eğitim durumu değişkenine göre tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H21: Eğitim durumu değişkenine göre bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H22: Eğitim durumu değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kültürel yapı bozulur ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H23: Eğitim durumu değişkenine göre turizmin bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H24: Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H25: Eğitim durumu değişkenine göre turizm gelişirse bölgede kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H26: Eğitim durumu değişkenine göre anketin tüm likert sorularına verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H27: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H28: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H29: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H30: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen milli geliri artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H31: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H32: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H33: Meslek grupları değişkenine göre bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H34: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H35: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H36: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse bölgeye yönelik göç artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H37: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H38: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin doğal alanların ve tarihi turistik mekânların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H39: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgeye yönelik çevre bilincini artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H40: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H41: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H42: Meslek grupları değişkenine göre bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H43: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H44: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgede ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H45: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H46: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H47: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H48: Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

H49: Meslek grupları değişkenine göre anketin tüm likert sorularına verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

IV.3.3.6. Hipotezlerin Sınanması ve Yorumlanması

Hipotezlerin analizi için ki-kare testi yapılmıştır. Bu analiz yönteminin kullanılmasının sebebi çapraz tabloda yer alan değişkenler arasındaki gözlem ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmektir

.Hipotezlerin analizinde sorulara verilen ortalamaların cinsiyet, eğitim durumu ve meslek grubu değişkenlerine göre karşılaştırmalarının yapıldığı çapraz tablolar yorumlanarak uygulanan test doğrultusunda elde edilen sonuçlarla hipotezin reddine ya da kabulüne karar verilmiştir

.Kabulüne karar verilen hipotezlerin korelasyon analizi yapılarak aradaki ilişkinin negatif yönlü veya pozitif yönlü olmaları belirlenmiştir.

Hipotez 1, *“Cinsiyet değişkenine göre bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir. ”* şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 57’si “kesinlikle katılıyorum”, 39’u “katılıyorum”, 29’u “kararsızım”, 19’u “katılmıyorum” ve 8’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 105’i bu hipoteze “kesinlikle katılıyorum”, 85’i “katılıyorum”, 22’si “kararsızım”, 11’i “katılmıyorum” ve 15’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 62).

Tablo 62: Bölgedeki Turizm Yatırımlarının Yetersiz Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır

		Bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	57	39	29	19	8	152
	%	37,5%	25,7%	19,1%	12,5%	5,3%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	105	85	22	11	15	238
	%	44,1%	35,7%	9,2%	4,6%	6,3%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	162	124	51	30	23	390
	%	41,5%	31,8%	13,1%	7,7%	5,9%	100,0%

İlk hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.016 < 0.05)$ olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H1) kabul edilmiştir. Buna göre; bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine kadınlar ve erkekler bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.016 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (-0,122*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Negatif ilişki değişkenlerden biri artarken diğerinin azalma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Tablo 62'den “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevaplarının oranlarına bakıldığında kadınların %63,2 erkeklerin ise %73,3'ünün bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin

gelişmesi açısından dezavantaj olarak düşündüklerini ifade ettikleri görülmektedir. Yani erkeklerin kadınlara göre istatistiksel olarak bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Hipotez 2, “Cinsiyet değişkenine göre bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 54’ü “kesinlikle katılıyorum”, 55’i “katılıyorum”, 18’i “kararsızım”, 13’ü “katılmıyorum” ve 12’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 109’u bu hipoteze “kesinlikle katılıyorum”, 89’u “katılıyorum”, 18’i “kararsızım”, 11’i “katılmıyorum” ve 11’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 63).

Tablo 63: Bölgedeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır

		Bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	54	55	18	13	12	152
	%	35,5%	36,2%	11,8%	8,6%	7,9%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	109	89	18	11	11	238
	%	45,8%	37,4%	7,6%	4,6%	4,6%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	163	144	36	24	23	390
	%	41,8%	36,9%	9,2%	6,2%	5,9%	100,0%

Yapılan teste göre $\text{sig}(0.008 < 0.05)$ olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H2) kabul edilmiştir. Buna göre; bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine kadınlar ve erkekler bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.008 < 0.05)$ olduğundan %1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,134**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tablo 63'ten “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevaplarının oranlarına bakıldığında kadınların %71,7 erkeklerin ise %83,2'sinin bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantaj olarak düşündüklerini ifade ettikleri görülmektedir. Yani erkeklerin kadınlara göre istatistiksel olarak bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Hipotez 3, “*Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 47'si “kesinlikle katılıyorum”, 46'sı “katılıyorum”, 31'i “kararsızım”, 20'si “katılmıyorum” ve 8'i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 89'u bu hipoteze “kesinlikle katılıyorum”, 80'i “katılıyorum”, 34'ü “kararsızım”, 14'ü “katılmıyorum” ve 21'i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 64).

Tablo 64: Bartın İlinde Turizmin Gelişmesi Bölgede Alt Ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar

		Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar				Toplam	
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	47	46	31	20	8	152
	%	34,6%	36,5%	47,7%	58,8%	27,6%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	89	80	34	14	21	238
	%	65,4%	63,5%	52,3%	41,2%	72,4%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	136	126	65	34	29	390
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.098>0.05) olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H3) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevaplar kadınların ve erkeklerin istatistiksel olarak birbirine yakın cevaplar verilmiştir.

Hipotez 4, “Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 46’sı “kesinlikle katılıyorum”, 41’i “katılıyorum”, 27’si “kararsızım”, 20’si “katılmıyorum” ve 18’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 97’si bu hipoteze “kesinlikle

katılıyorum”, 73’ü “katılıyorum”, 37’si “kararsızım”, 12’si “katılmıyorum” ve 19’u ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 65).

Tablo 65: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Gıda Fiyatları Yükselir

		Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	46	41	27	20	18	152
	%	30,3%	27,0%	17,8%	13,2%	11,8%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	97	73	37	12	19	238
	%	40,8%	30,7%	15,5%	5,0%	8,0%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	143	114	64	32	37	390
	%	36,7%	29,2%	16,4%	8,2%	9,5%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.003<0.05) olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H4) kabul edilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine kadınlar ve erkekler bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında sig(0.003<0.05) olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,150**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tablo 65’ten “kesinlikle katılıyorum” ve

“katılıyorum” cevaplarının oranlarına bakıldığında kadınların %57,3 erkeklerin ise %71,5’inin bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı

ı turizmin gelişmesi açısından dezavantaj olarak düşündüklerini ifade ettikleri görülmektedir. Yani erkeklerin kadınlara göre istatistiksel olarak bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Hipotez 5, “Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.

” şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 46’sı “kesinlikle katılıyorum”, 46’sı “katılıyorum”, 26’sı “kararsızım”, 22’si “katılmıyorum” ve 12’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 98’i bu hipoteze “kesinlikle katılıyorum”, 73’ü “katılıyorum”, 33’ü “kararsızım”, 12’si “katılmıyorum” ve 22’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 66).

Tablo 66: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Kira ve Ev Fiyatları Yükselir

		Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	46	46	26	22	12	152
	%	30,3%	30,3%	17,1%	14,5%	7,9%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	98	73	33	12	22	238
	%	41,2%	30,7%	13,9%	5,0%	9,2%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	144	119	59	34	34	390
	%	36,9%	30,5%	15,1%	8,7%	8,7%	100,0%

Yapılan teste göre; elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.013 < 0.05)$ olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H5) kabul edilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine kadınlar ve erkekler bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.013 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (-0,125*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tablo 66'dan “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevaplarının oranlarına bakıldığında kadınların %60,6 erkeklerin ise %71,9'unun turizm gelişirse Bartın ilinde kira ve ev fiyatlarının yükseleceği yönündeki düşüncelerini ifade ettikleri görülmektedir. Yani erkeklerin kadınlara göre istatistiksel olarak bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Hipotez 6, “ Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir. “ şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 87'si “kesinlikle katılıyorum”, 41'i “katılıyorum”, 8'i “kararsızım”, 9'u “katılmıyorum” ve 7'si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 125'i bu hipoteze “kesinlikle katılıyorum”, 74'ü “katılıyorum”, 15'i “kararsızım”, 17'si “katılmıyorum” ve 7'si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 67).

Tablo 67: Bartın İlinde Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar

		Bartın ilinde yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	87	41	8	9	7	152
	%	41,0%	35,7%	34,8%	34,6%	50,0%	39,0%
Erkek	Kişi Sayısı	125	74	15	17	7	238
	%	59,0%	64,3%	65,2%	65,4%	50,0%	61,0%
Toplam	Kişi Sayısı	212	115	23	26	14	390
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.467>0.05) olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H6) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar kadınların ve erkeklerin istatistiksel olarak birbirine yakın cevaplar verilmiştir.

Hipotez 7, “Cinsiyet değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse eğitim sektörünü olumlu etkiler ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 152 kadın katılımcıdan 27’si “kesinlikle katılıyorum”, 42’si “katılıyorum”, 64’ü “kararsızım”, 16’sı “katılmıyorum” ve 3’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir. 238 erkek katılımcıdan 62’si bu hipoteze “kesinlikle

katılıyorum”, 86’sı “katılıyorum”, 63’ü “kararsızım”, 14’ü “katılmıyorum” ve 13’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 68).

Tablo 68: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Eğitim Sektörünü Olumlu Etkiler

		Bartın ilinde turizm gelişirse eğitim sektörünü olumlu etkiler					Toplam
		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Cinsiyet Kadın	Kişi Sayısı	27	42	64	16	3	152
	%	17,8%	27,6%	42,1%	10,5%	2,0%	100,0%
Erkek	Kişi Sayısı	62	86	63	14	13	238
	%	26,1%	36,1%	26,5%	5,9%	5,5%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	89	128	127	30	16	390
	%	22,8%	32,8%	32,6%	7,7%	4,1%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.006<0.05) olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H7) kabul edilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm gelişirse eğitim sektörünü olumlu etkiler ifadesine kadınlar ve erkekler bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında sig(0.006<0.05) olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,138**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tablo 68’den “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevaplarının oranlarına bakıldığında kadınların %45,4 erkeklerin ise

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.593>0.05) olduğundan cinsiyetler ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H8) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar kadınların ve erkeklerin istatistiksel olarak birbirine yakın cevaplar verilmiştir.

Hipotez 9, “*Cinsiyet değişkenine göre tüm likert sorulara verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*”

Hipotez için elde edilen cevapların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.503>0.05) olduğundan cinsiyetler ile tüm likert sorulara verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olmadığına karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H10) reddedilmiştir. Buna göre; tüm likert sorulara kadınlar ve erkekler benzer cevaplar vermişlerdir..

Test Statistics^a

	Top
Mann-Whitney U	17360,500
Wilcoxon W	45801,500
Z	-,670
Asymp. Sig. (2-tailed)	,503

a. Grouping Variable: Cinsiyet

Hipotez 10, “Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 87’si “kesinlikle katılıyorum”, 94’ü “katılıyorum”, 101’i “kararsızım”, 57’si “katılmıyorum” ve 51’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 70).

Tablo 70: Turizmin Gelişmesi Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesine Katkı Sağlar

			Turizmin gelişmesi bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim Okuma yazması yok	Kişi Sayısı		8	1	1	0	1	11
	%		72,7%	9,1%	9,1%	,0%	9,1%	100,0%
İlkokul	Kişi Sayısı		10	3	6	4	3	26
	%		38,5%	11,5%	23,1%	15,4%	11,5%	100,0%
Ortaokul	Kişi Sayısı		5	14	8	6	2	35
	%		14,3%	40,0%	22,9%	17,1%	5,7%	100,0%
Lise	Kişi Sayısı		31	22	30	9	5	97
	%		32,0%	22,7%	30,9%	9,3%	5,2%	100,0%
Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı		33	54	56	38	40	221
	%		14,9%	24,4%	25,3%	17,2%	18,1%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı		87	94	101	57	51	390
	%		22,3%	24,1%	25,9%	14,6%	13,1%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.000<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H10) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için

benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,225**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 11, “Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 180’i “kesinlikle katılıyorum”, 99’u “katılıyorum”, 49’u “kararsızım”, 40’ı “katılmıyorum” ve 22’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 71).

Tablo 71: Turizmin Gelişmesi Doğal Alanların ve Tarihi Turistik Mekanların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır

			Turizmin gelişmesi doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim Okuma yazması yok	Kişi Sayısı		2	3	4	1	1	11
	%		18,2%	27,3%	36,4%	9,1%	9,1%	100,0%
İlkokul	Kişi Sayısı		5	10	4	4	3	26
	%		19,2%	38,5%	15,4%	15,4%	11,5%	100,0%
Ortaokul	Kişi Sayısı		14	11	5	5	0	35
	%		40,0%	31,4%	14,3%	14,3%	,0%	100,0%
Lise	Kişi Sayısı		48	25	10	8	6	97
	%		49,5%	25,8%	10,3%	8,2%	6,2%	100,0%
Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı		111	50	26	22	12	221
	%		50,2%	22,6%	11,8%	10,0%	5,4%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı		180	99	49	40	22	390
	%		46,2%	25,4%	12,6%	10,3%	5,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H11) kabul edilmiştir. Buna göre; Turizmin gelişmesi doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turizmin gelişmesi doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (-0,113*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 12, *“Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi bölgede yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 190’ı “kesinlikle katılıyorum”, 118’i “katılıyorum”, 43’ü “kararsızım”, 21’si “katılmıyorum” ve 18’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 72).

Tablo 72: Turizmin Gelişmesi Bölgede Yeni İstihdam Olanakları Sağlar

			Turizmin gelişmesi bölgede yeni istihdam olanakları sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim D.	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı	5	5	1	0	0	11
		%	2,6%	4,2%	2,3%	,0%	,0%	100,0%
İlkokul		Kişi Sayısı	14	7	2	2	1	26
		%	7,4%	5,9%	4,7%	9,5%	5,6%	100,0%
Ortaokul		Kişi Sayısı	18	11	4	1	1	35
		%	9,5%	9,3%	9,3%	4,8%	5,6%	100,0%
Lise		Kişi Sayısı	43	35	15	4	0	97
		%	22,6%	29,7%	34,9%	19,0%	,0%	100,0%
Üniversite ve üzeri		Kişi Sayısı	110	60	21	14	16	221
		%	57,9%	50,8%	48,8%	66,7%	88,9%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	190	118	43	21	18	390
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.956>0.05) olduğundan eğitim durumu ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H12) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizmin gelişmesi yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 13, ‘‘Eğitim durumu değişkenine göre yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir. ‘‘ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 212’si ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 115’i ‘‘katılıyorum’’, 23’ ‘‘kararsızım’’, 26’sı ‘‘katılmıyorum’’ ve 14’ ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 73).

Tablo 73: Yeterli Tanıtım Yapılırsa Turistik Talep Artar

			Yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı	7	3	1	0	0	11
		%	63,6%	27,3%	9,1%	,0%	,0%	100,0%
İlkokul		Kişi Sayısı	19	4	0	1	2	26
		%	73,1%	15,4%	,0%	3,8%	7,7%	100,0%
Ortaokul		Kişi Sayısı	21	12	2	0	0	35
		%	60,0%	23,7%	6,2%	1,0%	5,2%	100,0%
Lise		Kişi Sayısı	62	23	6	1	5	97
		%	63,9%	23,7%	6,2%	1,0%	5,2%	100,0%
Üniversite ve zeri		Kişi Sayısı	103	73	14	24	7	221
		%	46,6%	33,0%	6,3%	10,9%	3,2%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	212	115	23	26	14	390
		%	54,4%	29,5%	5,9%	6,7%	3,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.000<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H13) kabul edilmiştir. Buna göre; yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar

vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe yeterli tanıtım yapılsa turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,184**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 14, ‘‘Eğitim durumu değişkenine göre alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir. ‘’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 138’i ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 106’sı ‘‘katılıyorum’’, 83’ü ‘‘kararsızım’’, 42’si ‘‘katılmıyorum’’ ve 21’i ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 74).

Tablo 74: Alt Yapı Olanakları Geliştirilirse Turistik Talep Artar

			Alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	5 45,5%	1 9,1%	4 36,4%	1 9,1%	0 ,0%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	11 42,3%	6 23,1%	6 11,5%	3 ,0%	0 ,0%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	14 40,0%	9 25,7%	10 28,6%	1 2,9%	1 2,9%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	47 48,5%	24 24,7%	15 15,5%	5 5,2%	6 6,2%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	61 27,6%	66 29,9%	48 21,7%	32 14,5%	14 6,3%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	138 35,4%	106 27,2%	83 21,3%	42 10,8%	21 5,4%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.001<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H14) kabul edilmiştir. Buna göre; alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında sig(0.001<0.05) olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,166**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 15, “ *Eğitim durumu değişkenine göre ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.* ” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 166’sı “kesinlikle katılıyorum”, 124’ü “katılıyorum”, 60’ı “kararsızım”, 23’ü “katılmıyorum” ve 17’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 75).

Tablo 75: Ulaşım İmkânları Geliştirilirse Turistik Talep Artar

			Ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	6 54,0%	0 ,0%	3 27,0%	1 9,0%	1 9,0%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	11 41,8%	9 34,2%	2 7,6%	3 11,4%	1 3,8%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	15 42,0%	12 33,6%	8 22,4%	0 ,0%	0 ,0%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	54 54,0%	22 22,0%	13 13,0%	2 2,0%	6 6,0%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	80 32,2%	81 32,4%	34 13,6%	17 6,8%	9 3,6%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	166 44,8%	124 24,4%	60 16,7%	23 5,8%	17 4,4%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.121>0.05) olduğundan eğitim durumu ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H15) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 16, “Eğitim durumu değişkenine göre turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 197’si “kesinlikle

katılıyorum”, 111’i “katılıyorum”, 30’u “kararsızım”, 28’i “katılmıyorum” ve 24’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 76).

Tablo 76: Turistlere Yönelik Eğlence Olanakları Geliştirilirse Turistik Talep Artar

			Turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	7 63,6%	2 18,2%	1 9,1%	0 ,0%	1 9,1%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	14 53,8%	6 23,1%	4 15,4%	1 3,8%	1 3,8%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	20 57,1%	8 22,9%	5 14,3%	2 5,7%	0 ,0%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	61 62,9%	27 27,8%	2 2,1%	3 3,1%	4 4,1%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	95 43,0%	68 30,8%	18 8,1%	22 10,0%	18 8,1%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	197 50,5%	111 28,5%	30 7,7%	28 7,2%	24 6,2%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.001<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H16) kabul edilmiştir. Buna göre; turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.001 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,167**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 17, ‘‘ Eğitim durumu değişkenine göre konaklanacak tesis artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir. ‘‘ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 195’i ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 106’sı ‘‘katılıyorum’’, 48’i ‘‘kararsızım’’, 25’i ‘‘katılmıyorum’’ ve 16’sı ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 77).

Tablo 77: Konaklanacak Tesis Artırılırsa Turistik Talep Artar

			Konaklanacak tesis artırılırsa turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	4 36,4%	6 54,5%	1 9,1%	0 ,0%	0 ,0%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	16 61,5%	8 30,8%	0 ,0%	1 3,8%	1 3,8%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	21 60,0%	6 17,1%	7 20,0%	1 2,9%	0 ,0%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	57 58,8%	26 26,8%	5 5,2%	6 6,2%	3 3,1%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	97 43,9%	60 27,1%	35 15,8%	17 7,7%	12 5,4%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	195 50,0%	106 27,2%	48 12,3%	25 6,4%	16 4,1%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.002<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H17) kabul edilmiştir. Buna göre; konaklanacak tesis artırılırsa turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe konaklanacak tesis artırılırsa turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında sig(0.002<0.05) olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,158**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 18, “ *Eğitim durumu değişkenine göre ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.* ” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 136’sı “kesinlikle katılıyorum”, 128’i “katılıyorum”, 80’i “kararsızım”, 29’u “katılmıyorum” ve 17’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 78).

Tablo 78: Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır

			Ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı	2	3	3	2	1	11
		%	1,5%	2,3%	3,8%	6,9%	5,9%	100,0%
İlkokul		Kişi Sayısı	6	11	7	0	2	26
		%	4,4%	8,6%	8,8%	,0%	11,8%	100,0%
Ortaokul		Kişi Sayısı	8	16	8	3	0	35
		%	5,9%	12,5%	10,0%	10,3%	,0%	100,0%
Lise		Kişi Sayısı	46	25	18	6	2	97
		%	33,8%	19,5%	22,5%	20,7%	11,8%	100,0%
Üniversite ve üzeri		Kişi Sayısı	74	73	44	18	12	221
		%	54,4%	57,0%	55,0%	62,1%	70,6%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	136	128	80	29	17	390
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.053>0.05) olduğundan eğitim durumu ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H18) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 19, “ Eğitim durumu değişkenine göre nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 150’si “kesinlikle katılıyorum”, 128’i “katılıyorum”, 61’i “kararsızım”, 28’i “katılmıyorum” ve 23’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 79).

Tablo 79: Nitelikli Personel Sayısı Artırılırsa Turistik Talep Artar

			Nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim Okuma yazması yok	Kişi Sayısı		4	4	2	1	0	11
	%		36,4%	36,4%	18,2%	9,1%	,0%	100,0%
İlkokul	Kişi Sayısı		11	9	2	1	3	26
	%		42,3%	34,6%	7,7%	3,8%	11,5%	100,0%
Ortaokul	Kişi Sayısı		17	12	4	1	1	35
	%		48,6%	34,3%	11,4%	2,9%	2,9%	100,0%
Lise	Kişi Sayısı		52	31	7	5	2	97
	%		53,6%	32,0%	15,6%	7,2%	5,9%	100,0%
Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı		66	72	46	20	17	221
	%		29,9%	32,6%	20,8%	9,0%	7,7%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı		150	128	61	28	23	390
	%		38,5%	32,8%	15,6%	7,2%	5,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.000<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H19) kabul edilmiştir. Buna göre; nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar

vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,208**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 20, “ Eğitim durumu değişkenine göre tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 182’si “kesinlikle katılıyorum”, 119’u “katılıyorum”, 34’ü “kararsızım”, 25’i “katılmıyorum” ve 27’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 80).

Tablo 80: Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar

			Tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim Okuma yazması yok	Kişi Sayısı	%	4	3	2	2	0	11
			36,4%	27,3%	18,2%	18,2%	,0%	100,0%
İlkokul	Kişi Sayısı	%	11	8	4	1	2	26
			42,3%	30,8%	15,4%	3,8%	7,7%	100,0%
Ortaokul	Kişi Sayısı	%	14	11	6	4	0	35
			40,0%	31,4%	17,1%	11,4%	,0%	100,0%
Lise	Kişi Sayısı	%	61	24	4	6	2	97
			62,9%	24,7%	4,1%	6,2%	2,1%	100,0%
Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı	%	92	73	18	12	23	221
			43,0%	33,0%	8,1%	5,4%	10,4%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı	%	182	119	34	25	27	390
			47,4%	30,5%	8,7%	6,4%	6,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.007 < 0.05)$ olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H20) kabul edilmiştir. Buna göre; tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.007 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,173**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 21, ‘*Eğitim durumu değişkenine göre bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 127’si ‘kesinlikle katılıyorum’, 137’si ‘katılıyorum’, 71’i ‘kararsızım’, 36’sı ‘katılmıyorum’ ve 19’u ise ‘kesinlikle katılmıyorum’ cevabını vermiştir (Tablo 81).

Tablo 81: Bölgedeki Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır

			Bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	3 27,3%	3 27,3%	2 18,2%	2 18,2%	1 9,1%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	6 23,1%	6 23,1%	12 46,2%	1 3,8%	1 3,8%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	15 42,9%	14 40,0%	4 11,4%	2 5,7%	0 ,0%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	48 49,5%	32 33,0%	9 9,3%	4 4,1%	4 4,1%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	55 24,9%	82 37,1%	44 19,9%	27 12,2%	13 5,9%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	127 32,6%	137 35,1%	71 18,2%	36 9,2%	19 4,9%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.004<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H21) kabul edilmiştir. Buna göre; bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.004 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde $(0,145^{**})$ anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 22, “ Eğitim durumu değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kültürel yapı bozulur ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 66sı “kesinlikle katılıyorum”, 78’i “katılıyorum”, 112’si “kararsızım”, 72’si “katılmıyorum” ve 62’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 82).

Tablo 82: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Kültürel Yapı Bozulur

			Turizm gelişirse kültürel yapı bozulur					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı	2	3	1	1	4	11
		%	3,0%	3,8%	,9%	1,4%	6,5%	100,0%
İlkokul		Kişi Sayısı	4	3	7	3	9	26
		%	6,1%	3,8%	6,3%	4,2%	14,5%	100,0%
Ortaokul		Kişi Sayısı	5	8	5	9	8	35
		%	7,6%	10,3%	4,5%	12,5%	12,9%	100,0%
Lise		Kişi Sayısı	13	25	32	20	7	97
		%	19,7%	32,1%	28,6%	27,8%	11,3%	100,0%
Üniversite ve üzeri		Kişi Sayısı	42	39	67	39	34	221
		%	63,6%	50,0%	59,8%	54,2%	54,8%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	66	78	112	72	62	390
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.291 > 0.05)$ olduğundan eğitim

durumu ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H22) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm gelişirse kültürel yapı bozulur ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 23, “ Eğitim durumu değişkenine göre turizmin bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 137’si “kesinlikle katılıyorum”, 122’si “katılıyorum”, 77’si “kararsızım”, 34’ü “katılmıyorum” ve 20’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 83).

Tablo 83: Turizmin Bölge Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirilirse Turistik Talep Artar

			Turizmin bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	2 18,2%	3 27,3%	3 27,3%	2 18,2%	1 9,1%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	6 23,1%	6 23,1%	14 53,8%	0 ,0%	0 ,0%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	14 40,0%	11 31,4%	6 17,1%	4 11,4%	0 ,0%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	47 48,5%	28 28,9%	12 12,4%	7 7,2%	3 3,1%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	68 30,8%	74 33,5%	42 19,0%	21 9,5%	16 7,2%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	137 35,1%	122 31,3%	77 19,7%	34 8,7%	20 5,1%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.006 < 0.05)$ olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H23) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turizmin bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.006 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,154**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 24, “*Eğitim durumu değişkenine göre turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 190’ı “kesinlikle katılıyorum”, 65’i “katılıyorum”, 49’u “kararsızım”, 34’ü “katılmıyorum” ve 52’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 84).

Tablo 84: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Çarpık Kentleşme Ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır

			Turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim	Okuma yazması yok	Kişi Sayısı %	7 63,6%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	4 36,4%	11 100,0%
	İlkokul	Kişi Sayısı %	15 57,7%	1 3,8%	5 19,2%	2 7,7%	3 11,5%	26 100,0%
	Ortaokul	Kişi Sayısı %	18 51,4%	10 28,6%	3 8,6%	0 ,0%	4 11,4%	35 100,0%
	Lise	Kişi Sayısı %	65 67,0%	13 13,4%	7 7,2%	2 2,1%	10 10,3%	97 100,0%
	Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı %	85 38,5%	41 18,6%	34 15,4%	30 13,6%	31 14,0%	221 100,0%
Toplam		Kişi Sayısı %	190 48,7%	65 16,7%	49 12,6%	34 8,7%	52 13,3%	390 100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.000<0.05) olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H24) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır düşüncesi de değişmektedir. Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test

sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,191**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 25, ‘*Eğitim durumu değişkenine göre turizm gelişirse bölgede kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 144’ü “kesinlikle katılıyorum”, 119’u “katılıyorum”, 59’u “kararsızım”, 34’ü “katılmıyorum” ve 34’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 85).

Tablo 85: Turizm Gelişirse Bölgede Kira ve Ev Fiyatları Yükselir

			Turizm gelişirse bölgede kira ve ev fiyatları yükselir					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitim Okuma yazması yok	Kişi Sayısı		5	1	3	1	1	11
	%		45,5%	9,1%	27,3%	9,1%	9,1%	100,0%
İlkokul	Kişi Sayısı		8	6	4	4	4	26
	%		30,8%	23,1%	15,4%	15,4%	15,4%	100,0%
Ortaokul	Kişi Sayısı		9	12	10	2	2	35
	%		25,7%	34,3%	28,6%	5,7%	5,7%	100,0%
Lise	Kişi Sayısı		26	30	23	9	9	97
	%		26,8%	30,9%	23,7%	9,3%	9,3%	100,0%
Üniversite ve üzeri	Kişi Sayısı		96	70	19	18	18	221
	%		43,4%	31,7%	8,6%	8,1%	8,1%	100,0%
Toplam	Kişi Sayısı		144	119	59	34	34	390
	%		36,9%	30,5%	15,1%	8,7%	8,7%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.018 < 0.05)$ olduğundan eğitim düzeyleri ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu

ifade eden alternatif hipotez (H25) kabul edilmiştir. Buna göre; turizm gelişirse bölgede kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine farklı eğitim düzeyleri bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde eğitim düzeyi değiştikçe turizm gelişirse bölgede kira ve ev fiyatları yükselir düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.018 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,161**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 26, “*Eğitim durumu değişkenine göre anketin tüm likert sorularına verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*”

Hipotez için elde edilen cevapların eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.031 < 0.05)$ olduğundan eğitim düzeyleri ile tüm likert sorulara verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H26) kabul edilmiştir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.031 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (-0,190**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 27, “*Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 163’ü “kesinlikle katılıyorum”, 125’i “katılıyorum”, 53’ü “kararsızım”, 25’i “katılmıyorum” ve 24’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 86).

Tablo 86: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yabancı Sermaye Girişini Artırır

			Turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	29	12	4	2	4	51
		%	56,9%	23,5%	7,8%	3,9%	7,8%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	38	24	10	4	1	77
		%	49,4%	31,2%	13,0%	5,2%	1,3%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	79	71	26	17	11	204
		%	38,7%	34,8%	12,7%	8,3%	5,4%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	12	11	6	1	8	38
		%	31,6%	28,9%	15,8%	2,6%	21,1%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	5	7	7	1	0	20
		%	25,0%	35,0%	35,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	5	7	7	1	0	390
		%	25,0%	35,0%	35,0%	5,0%	,0%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.014 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H27) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.014 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,177**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 28, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 163’ü ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 123’ü ‘‘katılıyorum’’, 48’i ‘‘kararsızım’’, 38’i ‘‘katılmıyorum’’ ve 18’i ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 87).

Tablo 87: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yönelik Yatırım Artışını Sağlar

			Turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	35	10	4	1	1	51
		%	68,6%	19,6%	7,8%	2,0%	2,0%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	34	27	9	4	3	77
		%	44,2%	35,1%	11,7%	5,2%	3,9%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	76	65	21	30	12	204
		%	37,3%	31,9%	10,3%	14,7%	5,9%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	12	13	9	2	2	38
		%	31,6%	34,2%	23,7%	5,3%	5,3%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	6	8	5	1	0	20
		%	30,0%	40,0%	25,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	163	123	48	38	18	390
		%	41,8%	31,5%	12,3%	9,7%	4,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.001<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H28) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig ($0.245 > 0.05$) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H29) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizmin gelişmesi yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 30, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen milli geliri artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 144’ü ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 119’u ‘‘katılıyorum’’, 78’i ‘‘kararsızım’’, 29’u ‘‘katılmıyorum’’ ve 20’si ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 89).

Tablo 89: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Kişi Başına Düşen Milli Geliri Artırır

			Turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen milli geliri artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	37	9	4	0	1	51
		%	72,5%	17,6%	7,8%	,0%	2,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	32	19	16	7	3	77
		%	41,6%	24,7%	20,8%	9,1%	3,9%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	58	70	44	18	14	204
		%	28,4%	34,3%	21,6%	8,8%	6,9%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	14	9	10	3	2	38
		%	36,8%	23,7%	26,3%	7,9%	5,3%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	3	12	4	1	0	20
		%	15,0%	60,0%	20,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	144	119	78	29	20	390
		%	36,9%	30,5%	20,0%	7,4%	5,1%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H30) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen milli geliri artırır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe Turizmin gelişmesinin bölgede kişi başına düşen milli geliri artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,213**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 31, *“Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.”* şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 190’ı “kesinlikle katılıyorum”, 118’i “katılıyorum”, 43’ü “kararsızım”, 21’i “katılmıyorum” ve 18’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 90).

Tablo 90: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Yeni İstihdam Olanakları Sağlar

			Turizmin gelişmesinin bölgede yeni istihdam olanakları sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	38	12	0	0	1	51
		%	74,5%	23,5%	,0%	,0%	2,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	36	23	10	5	3	77
		%	46,8%	29,9%	13,0%	6,5%	3,9%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	96	57	26	15	10	204
		%	47,1%	27,9%	12,7%	7,4%	4,9%	100,0%
Serbest Meslek		Kişi Sayısı	16	13	5	0	4	38
		%	42,1%	34,2%	13,2%	,0%	10,5%	100,0%
Emekli		Kişi Sayısı	4	13	2	1	0	20
		%	20,0%	65,0%	10,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	190	118	43	21	18	390
		%	48,7%	30,3%	11,0%	5,4%	4,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H31) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin bölgede yeni istihdam olanakları sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesinin bölgede yeni istihdam olanakları sağlar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,173**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 32, “Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 136’sı “kesinlikle katılıyorum”, 126’sı “katılıyorum”, 165’i “kararsızım”, 34’ü “katılmıyorum” ve 29’u ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 91).

Tablo 91: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Alt ve Üst Yapının Gelişmesini Sağlar

			Turizmin gelişmesinin bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	25	17	3	1	5	51	
	%	49,0%	33,3%	5,9%	2,0%	9,8%	100,0%	
Özel Sektör	Kişi Sayısı	31	20	17	6	3	77	
	%	40,3%	26,0%	22,1%	7,8%	3,9%	100,0%	
Çalışmıyor	Kişi Sayısı	65	73	31	20	15	204	
	%	31,9%	35,8%	15,2%	9,8%	7,4%	100,0%	
Serbest Meslek	Kişi Sayısı	13	8	6	5	6	38	
	%	34,2%	21,1%	15,8%	13,2%	15,8%	100,0%	
Emekli	Kişi Sayısı	2	8	8	2	0	20	
	%	10,0%	40,0%	40,0%	10,0%	,0%	100,0%	
Toplam	Kişi Sayısı	136	126	65	34	29	390	
	%	34,9%	32,3%	16,7%	8,7%	7,4%	100,0%	

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.029<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H32) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig (0.231>0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H33) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 34, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 87’si ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 94’ü ‘‘katılıyorum’’, 101’i ‘‘kararsızım’’, 57’si ‘‘katılmıyorum’’ ve 51’i ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 93).

Tablo 93: Turizmin Gelişmesinin Bölgede Tarım Sektörünün Gelişmesine Katkı Sağlar

			Turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	14	6	13	4	14	51
		%	27,5%	11,8%	25,5%	7,8%	27,5%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	28	18	14	8	9	77
		%	36,4%	23,4%	18,2%	10,4%	11,7%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	32	57	56	35	24	204
		%	15,7%	27,9%	27,5%	17,2%	11,8%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	7	8	11	8	4	38
		%	18,4%	21,1%	28,9%	21,1%	10,5%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	6	5	7	2	0	20
		%	30,0%	25,0%	35,0%	10,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	87	94	101	57	51	390
		%	22,3%	24,1%	25,9%	14,6%	13,1%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H34) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (0,106*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 35, *“Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.”* şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 118’i “kesinlikle katılıyorum”, 136’sı “katılıyorum”, 76’sı “kararsızım”, 38’i “katılmıyorum” ve 22’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 94).

Tablo 94: Turizmin Gelişmesinin Bölgenin Diğer Bölgelerle Arasındaki Gelişmişlik Farklarını Azaltır

			Turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	25	15	3	2	6	51
		%	49,0%	29,4%	5,9%	3,9%	11,8%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	37	11	16	7	6	77
		%	48,1%	14,3%	20,8%	9,1%	7,8%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	45	88	38	23	10	204
		%	22,1%	43,1%	18,6%	11,3%	4,9%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	6	13	14	5	0	38
		%	15,8%	34,2%	36,8%	13,2%	,0%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	5	9	5	1	0	20
		%	25,0%	45,0%	25,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	118	136	76	38	22	390
		%	30,3%	34,9%	19,5%	9,7%	5,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.011<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H35) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.011 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde $(0,160^{**})$ anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 36, ‘‘ Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse bölgeye yönelik göç artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 95’i ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 130’u ‘‘katılıyorum’’, 82’si ‘‘kararsızım’’, 55’i ‘‘katılmıyorum’’ ve 28’i ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 95).

Tablo 95: Bartın İlinde Turizm Gelişirse Bölgeye Yönelik Göç Artar

			Turizm gelişirse bölgeye yönelik göç artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	15	16	7	8	5	51
		%	15,8%	12,3%	8,5%	14,5%	17,9%	100,0%
Özel Sektör	Kişi Sayısı	Kişi Sayısı	19	24	19	9	6	77
		%	20,0%	18,5%	23,2%	16,4%	21,4%	100,0%
Çalışmıyor	Kişi Sayısı	Kişi Sayısı	52	69	41	31	11	204
		%	54,7%	53,1%	50,0%	56,4%	39,3%	100,0%
Serbest Meslek	Kişi Sayısı	Kişi Sayısı	7	12	9	5	5	38
		%	7,4%	9,2%	11,0%	9,1%	17,9%	100,0%
Emekli	Kişi Sayısı	Kişi Sayısı	2	9	6	2	1	20
		%	2,1%	6,9%	7,3%	3,6%	3,6%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	95	130	82	55	28	390
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.715 > 0.05)$ olduğundan meslek

grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Verilen puanların ortalaması arasında fark olmadığını ifade eden alternatif hipotez (H36) reddedilmiştir. Buna göre; Bartın ilinde turizm gelişirse bölgeye yönelik göç artar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermiştir.

Hipotez 37, “Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 177’si “kesinlikle katılıyorum”, 128’i “katılıyorum”, 39’u “kararsızım”, 23’ü “katılmıyorum” ve 23’ü ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 96).

Tablo 96: Turizmin Gelişmesinin Kültürlerarası Etkileşimi Artırarak Bölgenin Sosyal Açıdan Gelişmesini Sağlar

			Turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	29	15	3	0	4	51
		%	56,9%	29,4%	5,9%	,0%	7,8%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	48	12	7	6	4	77
		%	62,3%	15,6%	9,1%	7,8%	5,2%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	81	81	21	12	9	204
		%	39,7%	39,7%	10,3%	5,9%	4,4%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	12	11	5	4	6	38
		%	31,6%	28,9%	13,2%	10,5%	15,8%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	7	9	3	1	0	20
		%	35,0%	45,0%	15,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	177	128	39	23	23	390
		%	45,4%	32,8%	10,0%	5,9%	5,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.005 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H37) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.005 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,180**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 38, *“Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin doğal alanların ve tarihi turistik mekânların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.”* şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 180’i “kesinlikle katılıyorum”, 99’u “katılıyorum”, 49’u “kararsızım”, 40’ı “katılmıyorum” ve 22’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 97).

Tablo 97: Turizmin Gelişmesinin Doğal Alanların Ve Tarihi Turistik Mekânların Korunması Açısından Duyarlılığı Artırır

			Turizmin gelişmesinin doğal alanların ve tarihi turistik mekânların korunması açısından duyarlılığı artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	32	11	6	0	2	51
		%	62,7%	21,6%	11,8%	,0%	3,9%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	40	13	13	5	6	77
		%	51,9%	16,9%	16,9%	6,5%	7,8%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	91	52	22	29	10	204
		%	44,6%	25,5%	10,8%	14,2%	4,9%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	11	14	4	5	4	38
		%	28,9%	36,8%	10,5%	13,2%	10,5%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	6	9	4	1	0	20
		%	30,0%	45,0%	20,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	180	99	49	40	22	390
		%	46,2%	25,4%	12,6%	10,3%	5,6%	100,0%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.022<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H38) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesinin doğal alanların ve tarihi turistik mekânların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştiğinde turizmin gelişmesinin doğal alanların ve tarihi turistik mekânların korunması açısından duyarlılığı artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.022 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde $(0,155^{**})$ anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 39, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgeye yönelik çevre bilincini artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 152’si ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 121’i ‘‘katılıyorum’’, 51’i ‘‘kararsızım’’, 37’si ‘‘katılmıyorum’’ ve 29’u ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 98).

Tablo 98: Turizmin Gelişmesi Bölgeye Yönelik Çevre Bilincini Artırır

			Turizmin gelişmesi bölgeye yönelik çevre bilincini artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	26	14	6	0	5	51
		%	51,0%	27,5%	11,8%	,0%	9,8%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	40	18	8	8	3	77
		%	51,9%	23,4%	10,4%	10,4%	3,9%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	71	72	21	22	18	204
		%	34,8%	35,3%	10,3%	10,8%	8,8%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	10	11	8	6	3	38
		%	26,3%	28,9%	21,1%	15,8%	7,9%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	5	6	8	1	0	20
		%	25,0%	30,0%	40,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	152	121	51	37	29	390
		%	39,0%	31,0%	13,1%	9,5%	7,4%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.013 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu

ifade eden alternatif hipotez (H39) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi bölgeye yönelik çevre bilincini artırır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi bölgeye yönelik çevre bilincini artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.013 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (0,176**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 40, ‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 166’sı “kesinlikle katılıyorum”, 124’ü “katılıyorum”, 60’ı “kararsızım”, 23’ü “katılmıyorum” ve 17’i ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 99).

Tablo 99: Ulaşım İmkânları Geliştirilirse Turistik Talep Artar

			Ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	30	16	5	0	0	51
		%	58,8%	31,4%	9,8%	,0%	,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	38	22	11	3	3	77
		%	49,4%	28,6%	14,3%	3,9%	3,9%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	75	68	35	17	9	204
		%	36,8%	33,3%	17,2%	8,3%	4,4%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	15	12	5	1	5	38
		%	39,5%	31,6%	13,2%	2,6%	13,2%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	8	6	4	2	0	20
		%	40,0%	30,0%	20,0%	10,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	166	124	60	23	17	390
		%	42,6%	31,8%	15,4%	5,9%	4,4%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.009<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H40) kabul edilmiştir. Buna göre; ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe ulaşım imkânları geliştirilirse turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında sig(0.009<0.05) olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,159**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 41, ‘*Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 185’i ‘kesinlikle katılıyorum’, 119’u ‘katılıyorum’, 34’ü ‘kararsızım’, 25’i ‘katılmıyorum’ ve 27’si ise ‘kesinlikle katılmıyorum’ cevabını vermiştir (Tablo 100).

Tablo 100: Tesislerin Hizmet Kalitesi Artırılırsa Turistik Talep Artar

			Tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	35	10	6	0	0	51
		%	68,6%	19,6%	11,8%	,0%	,0%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	42	25	2	4	4	77
		%	54,5%	32,5%	2,6%	5,2%	5,2%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	86	63	21	14	20	204
		%	42,2%	30,9%	10,3%	6,9%	9,8%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	15	12	3	5	3	38
		%	39,5%	31,6%	7,9%	13,2%	7,9%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	7	9	2	2	0	20
		%	35,0%	45,0%	10,0%	10,0%	,0%	100,0%
Toplam	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	185	119	34	25	27	390
		%	47,4%	30,5%	8,7%	6,4%	6,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H41) kabul edilmiştir. Buna göre; tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.025 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,194**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 42, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 127’si ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 137’si ‘‘katılıyorum’’, 71’i ‘‘kararsızım’’, 36’sı ‘‘katılmıyorum’’ ve 19’u ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 101).

Tablo 101: Turizme Yönelik Eğitim Kurumlarının Varlığı Turistik Talebi Artırır

			Turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	20	16	8	7	0	51
		%	39,2%	31,4%	15,7%	13,7%	,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	37	25	7	4	4	77
		%	48,1%	32,5%	9,1%	5,2%	5,2%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	54	71	47	23	9	204
		%	26,5%	34,8%	23,0%	11,3%	4,4%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	11	14	6	1	6	38
		%	28,9%	36,8%	15,8%	2,6%	15,8%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	5	11	3	1	0	20
		%	25,0%	55,0%	15,0%	5,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	127	137	71	36	19	390
		%	32,6%	35,1%	18,2%	9,2%	4,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.007<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H42) kabul edilmiştir. Buna göre; turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için

benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talebi artırır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.007 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (0,127*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 33, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 190’ı ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 65’i ‘‘katılıyorum’’, 49’u ‘‘kararsızım’’, 34’ü ‘‘katılmıyorum’’ ve 52’si ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 102).

Tablo 102: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Çarpık Kentleşme Ve Trafik Olmaması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır

			Turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	20	13	7	3	8	51
		%	39,2%	25,5%	13,7%	5,9%	15,7%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	48	14	8	3	4	77
		%	62,3%	18,2%	10,4%	3,9%	5,2%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	90	31	30	26	27	204
		%	44,1%	15,2%	14,7%	12,7%	13,2%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	21	3	2	1	11	38
		%	55,3%	7,9%	5,3%	2,6%	28,9%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	11	4	2	1	2	20
		%	55,0%	20,0%	10,0%	5,0%	10,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	190	65	49	34	52	390
		%	48,7%	16,7%	12,6%	8,7%	13,3%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.017 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H43) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi açısından bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.017 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde pozitif yönde (0,094*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 44, *“Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgede ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.”* şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 136’sı “kesinlikle katılıyorum”, 128’i “katılıyorum”, 80’i “kararsızım”, 29’u “katılmıyorum” ve 17’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 103).

Tablo 103: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgede Ulaşımın Kolay Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Avantajdır

			Turizmin gelişmesi açısından bölgede ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	23	9	16	2	1	51
		%	45,1%	17,6%	31,4%	3,9%	2,0%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	37	25	12	3	0	77
		%	48,1%	32,5%	15,6%	3,9%	,0%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	59	75	41	17	12	204
		%	28,9%	36,8%	20,1%	8,3%	5,9%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	12	9	9	6	2	38
		%	31,6%	23,7%	23,7%	15,8%	5,3%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	5	10	2	1	2	20
		%	25,0%	50,0%	10,0%	5,0%	10,0%	100,0%
Toplam	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	136	128	80	29	17	390
		%	34,9%	32,8%	20,5%	7,4%	4,4%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.009<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H44) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi açısından bölgede ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi açısından bölgede ulaşımın kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.009 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde negatif yönde (0,149**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 45, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 163’ü ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 144’ü ‘‘katılıyorum’’, 36’sı ‘‘kararsızım’’, 24’ü ‘‘katılmıyorum’’ ve 23’ü ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 104).

Tablo 104: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgedeki Turistik Tesis Sayısının Azlığı Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır

			Turizmin gelişmesi açısından bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	34	13	1	1	2	51
		%	66,7%	25,5%	2,0%	2,0%	3,9%	100,0%
Özel Sektör	Kışı Sayısı	Kişi Sayısı	31	37	5	2	2	77
		%	40,3%	48,1%	6,5%	2,6%	2,6%	100,0%
Çalışmıyor	Kışı Sayısı	Kişi Sayısı	72	70	27	19	16	204
		%	35,3%	34,3%	13,2%	9,3%	7,8%	100,0%
Serbest Meslek	Kışı Sayısı	Kişi Sayısı	19	11	3	2	3	38
		%	50,0%	28,9%	7,9%	5,3%	7,9%	100,0%
Emekli	Kışı Sayısı	Kişi Sayısı	7	13	0	0	0	20
		%	35,0%	65,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	163	144	36	24	23	390
		%	41,8%	36,9%	9,2%	6,2%	5,9%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H45) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi açısından bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi açısından bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde negatif yönde (0,129*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 46, “*Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 210’u “kesinlikle katılıyorum”, 100’ü “katılıyorum”, 45’i “kararsızım”, 13’ü “katılmıyorum” ve 22’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 105).

Tablo 105: Turizmin Gelişmesi Açısından Bölgenin Yeterince Tanınmamış Olması Turizmin Gelişmesi Açısından Dezavantajdır

			Turizmin gelişmesi açısından bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	33	11	5	0	2	51
		%	64,7%	21,6%	9,8%	,0%	3,9%	100,0%
Özel Sektör	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	49	19	4	4	1	77
		%	63,6%	24,7%	5,2%	5,2%	1,3%	100,0%
Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	103	46	31	9	15	204
		%	50,5%	22,5%	15,2%	4,4%	7,4%	100,0%
Serbest Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	17	12	5	0	4	38
		%	44,7%	31,6%	13,2%	,0%	10,5%	100,0%
Emekli	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	8	12	0	0	0	20
		%	40,0%	60,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Toplam	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	210	100	45	13	22	390
		%	53,8%	25,6%	11,5%	3,3%	5,6%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde sig(0.039<0.05) olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H46) kabul edilmiştir. Buna göre; turizmin gelişmesi açısından bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizmin gelişmesi açısından bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.039 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde $(0,142^{**})$ anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 47, “*Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*” şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 143’ü “kesinlikle katılıyorum”, 114’ü “katılıyorum”, 64’ü “kararsızım”, 32’si “katılmıyorum” ve 37’si ise “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 106).

Tablo 106: Turizm Gelişirse Gıda Fiyatları Yükselir

			Turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	24	20	6	0	1	51
		%	47,1%	39,2%	11,8%	,0%	2,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	28	15	20	6	8	77
		%	36,4%	19,5%	26,0%	7,8%	10,4%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	73	63	29	20	19	204
		%	35,8%	30,9%	14,2%	9,8%	9,3%	100,0%
	Serbest Meslek	Kişi Sayısı	15	8	5	3	7	38
		%	39,5%	21,1%	13,2%	7,9%	18,4%	100,0%
	Emekli	Kişi Sayısı	3	8	4	3	2	20
		%	15,0%	40,0%	20,0%	15,0%	10,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	143	114	64	32	37	390
		%	36,7%	29,2%	16,4%	8,2%	9,5%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.023 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu

ifade eden alternatif hipotez (H47) kabul edilmiştir. Buna göre; turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.023 < 0.05)$ olduğundan % 5 önem seviyesinde pozitif yönde (0,112*) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 48, ‘‘Meslek grupları değişkenine göre Bartın ilinde turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.’’ şeklinde ifade edilen hipoteze 390 katılımcıdan 144’ü ‘‘kesinlikle katılıyorum’’, 119’u ‘‘katılıyorum’’, 59’u ‘‘kararsızım’’, 34’ü ‘‘katılmıyorum’’ ve 34’ü ise ‘‘kesinlikle katılmıyorum’’ cevabını vermiştir (Tablo 107).

Tablo 107: Turizm Gelişirse Kira ve Ev Fiyatları Yükselir

			Turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir					Toplam
			Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Meslek	Kamu Sektörü	Kişi Sayısı	31	15	4	0	1	51
		%	60,8%	29,4%	7,8%	,0%	2,0%	100,0%
	Özel Sektör	Kişi Sayısı	26	22	18	3	8	77
		%	33,8%	28,6%	23,4%	3,9%	10,4%	100,0%
	Çalışmıyor	Kişi Sayısı	72	67	19	27	19	204
		%	35,3%	32,8%	9,3%	13,2%	9,3%	100,0%
Serbest Meslek		Kişi Sayısı	11	7	12	3	5	38
		%	28,9%	18,4%	31,6%	7,9%	13,2%	100,0%
Emekli		Kişi Sayısı	4	8	6	1	1	20
		%	20,0%	40,0%	30,0%	5,0%	5,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	144	119	59	34	34	390
		%	36,9%	30,5%	15,1%	8,7%	8,7%	100%

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile bu soruya verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H38) kabul edilmiştir. Buna göre; turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine farklı meslek grupları bu ifade için benzer cevaplar vermemişlerdir. Tablo incelendiğinde meslek grupları değiştikçe Turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir düşüncesi de değişmektedir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.000 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,177**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 49, “*Meslek grupları değişkenine göre anketin tüm likert sorularına verilen cevapların ortalaması farklılık göstermektedir.*”

Hipotez için elde edilen cevapların meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini ki-kare testi yaparak incelediğimizde $\text{sig}(0.004 < 0.05)$ olduğundan meslek grupları ile anketin tüm likert sorularına verilen puanların ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılığın olduğuna karar verilir. Verilen puanların ortalaması arasında fark olduğunu ifade eden alternatif hipotez (H49) kabul edilmiştir.

Bu değişkenler için korelasyon analizine bakıldığında Spearman test sonucuna göre iki değişken arasında $\text{sig}(0.004 < 0.05)$ olduğundan % 1 önem seviyesinde pozitif yönde (0,189**) anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

IV.3.5.7. Korelasyonlar

Anket sorularımıza verilen cevaplar arasında %5 ve %1 önem seviyelerinde önemli bir korelasyon olup olmadığı test edilmiştir. Bunun için Parametrik olmayan Korelasyon katsayısı olarak Spearman Korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Önemli korelasyon olanların bazıları aşağıda verilmiştir.

Hipotez 1: Yaş ile Bartın'da turizmin gelişmesinin bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.015 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 2: Yaş ile Bartın'da turizm gelişirse trafik sorunu artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.809 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 3: Yaş ile Bartın'da turizmin gelişmesinin bölgeye yönelik kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.019 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 4: Yaş ile Bartın'da turizm gelişirse bölgeye yönelik göç artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.687 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 5: Yaş ile Bartın'da doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.681 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 6: Yaş ile Bartın ilinde altyapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.031 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 7: Yaş ile Bartın ilinde bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.030 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 8: Yaş ile Bartın'da bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.611 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 9: Yaş ile Bartın ilinde turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.029 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 10: Yaş ile toplam tüm likert sorulara verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.033 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 11: Yaş ile Bartın'da turizm gelişirse kira ve ev fiyatları artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.716 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 12: Hanehalkı geliri ile Bartın ilinde konaklanacak tesis sayısı artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.040 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 13: Hanehalkı geliri ile Bartın'da turizmin gelişmesi bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.803 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 14: Hanehalkı geliri ile bölgedeki turizm yatırımlarının yetersiz olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.030 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 15: Hanehalkı geliri ile Bartın ilinde turizm gelişirse evre kirliliği artar ifadesine sorusuna verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.020 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 16: Medeni durum ile Bartın ilinde turizmin gelişmesi tarım sektörüne katkı sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.026 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 17: Medeni durum ile Bartın'da turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini artırır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.784 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 18: Medeni durum ile Bartın ilinde altyapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.024 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 19: Medeni durum ile Bartın'da turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.867 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 20: Medeni durum ile Bartın ilinde çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine sorusuna verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.013 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 21: Medeni durum ile Bartın'da turizm gelişirse kira ve ev fiyatları yükselir ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.888 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 22: Medeni durum ile Bartın ilinde turistik tesis sayısının açlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.033 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 23: Medeni durum ile Bartın'da turizm gelişirse trafik sorunu artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.926 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 24: Medeni durum ile Bartın ilinde turizm gelişirse çevre kirliliği artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.045 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 25: Medeni durum ile toplam tüm likert sorulara verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.018 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 26: Medeni durum ile Bartın'da turizm gelişirse suç oranı artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.876 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 27: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgede tarım sektörüne katkı sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.021 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 28: Çocuk sahipliği ile Bartın'da turizmin gelişmesi çevreye yönelik çevre bilincini artırır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.794 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 29: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde turizmin gelişmesinin bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.021 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 30: Çocuk sahipliği ile Bartın'da turizm gelişirse gıda fiyatları yükselir ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.669 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 31: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde turizmin gelişmesinin kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.037 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 32: Çocuk sahipliği ile Bartın'da turizm gelişirse suç oranı artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.745 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 33: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde nitelikli personel sayısı artırılırsa turistik talep artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.010 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 34: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde çarpık kentleşme ve trafik sorunu olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.019 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 35: Çocuk sahipliği ile Bartın'da turizm gelişirse trafik sorunu artar ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.640 > 0.05)$ olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Hipotez 36: Çocuk sahipliği ile Bartın ilinde turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır ifadesine verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki vardır.

Spearman test sonucuna göre $\text{sig}(0.039 < 0.05)$ olduğundan %5 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomilerde yatırımların belli bölgelerde yoğunlaşması bölgelerarası dengesizliğin meydana gelmesine sebep olmuş, ülkeler bu dengesizliklerin ortadan kaldırılmasına yönelik birtakım politikaları uygulamaya başvurmuşlardır. Bölgesel dengesizlikler ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal açıdan birçok olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu olumsuz etkilerden bazılarını altyapı yetersizliği, gelişmiş bölgelere yapılan göç hareketlerinin yol açtığı çarpık kentleşme, gizli işsizlik, sosyal hizmetlerin yetersizliği, toplum huzuru ve barışın bozulması olarak sayabiliriz. Bölgelerarası dengesizlikleri gidermek için uygulanan bölgesel kalkınma politikaları, geri kalmış bölgelerdeki sosyo-ekonomik farklılıkları ortadan kaldırma amacı taşımaktadır.

Özellikle geri kalmış ya da sanayi ve tarım sektörleri yatırımına uygun olmayan bölgelerde turizm sektörü önemli bir yatırım aracı olup, söz konusu bölgede ekonomik ve sosyal kalkınmanın ana unsuru haline gelebilmektedir. Bu tür bölgelere gösterilebilecek örneklerden birisi de Bartın ili ve çevresidir. Bartın, sahip olduğu zengin turistik potansiyelden dolayı başta kitle turizmi olmak üzere alternatif turizmin birçok türünde ilgi çekici ve tercih edilecek özelliklere sahiptir. Alternatif turizm potansiyeli açısından turistik zengin kaynaklara sahip olmasına karşın, bu potansiyeli hala faaliyete geçirebilmiş değildir. Mevcut turizm potansiyelinin faaliyete geçirilmesi, bölgenin hem ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmasında bölgelerarası eşitsizliğin ortadan kalkmasına yardımcı olacak, hem de kent yerel ekonomik kalkınma açısından canlanma şansı yakalayacaktır.

Bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesinde, tarım ve sanayi sektörleri için yeterli kaynak ve imkânı bulamayan fakat zengin turizm potansiyeline sahip olan bölgelerin kalkınması için turizm sektörü strateji olarak önem arz etmektedir. Genel

ifadeyle bir ülke veya bölgenin kalkınmasında yalnızca turizm sektörü yeterli olmasa da kalkınmayı hızlandırarak diğer sektörleri etkilemesi bakımından önemli yer tutmaktadır.

İnsanların gelir düzeylerinin artmasıyla, yoğun iş yaşamı, kent yaşamının olumsuz etkileri, yoğun trafik sorunu gibi birçok insan yaşamını olumsuz etkileyeni insanları psikolojik baskı altına alarak geçmişteki birçok hastalık yerini yaşanan bu streslerden dolayı psikolojik hastalıklara bırakmıştır. Bu olumsuz faktörlerden dolayı insanlar hasret kaldıkları huzurlu bir ortama kısa süreliğine olsa bile kendilerini rahatlatma arzusuna kavuşma isteğinin artması insanı turistik faaliyetlere için yönlendirmektedir. İnsanların gelir düzeylerindeki artış, yoğun iş temposunun ve kent yaşamının meydana getirdiği olumsuz etkilerin haricinde, insanların yaşam süresinin artması ile emeklilik süresini daha uzun yaşamaları, çalışan kesimin ücretsiz izin gibi sosyal haklarının artması, reklam ve tanıtım organizasyonları gibi unsurlar insanların turizm faaliyetlerine yönelmelerinin nedenleri arasında gösterebiliriz.

Turizm potansiyeline sahip ülke veya bölge ekonomilerine gerçekleştirilen bu turistik faaliyetlerin en önemli pozitif etkisi gelir düzeyinde artış ve ekonomik büyümedir. Turizm gelirlerinin milli gelir üzerindeki artışı arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok ampirik çalışmalardan elde edilen sonuçlar milli gelir ile turizm gelirleri arasında pozitif ilişki olduğunu doğrulamaktadır.

Bu sayılanların yanı sıra istihdam olanağı sağlama, farklı kültürlerle tanışıp kaynaşma sonucunda ülkelerin sosyal açıdan gelişmesi, turist kabul eden bölgelerin korunması ile çevreye duyarlılığın sağlanması gibi turizmin pozitif etkileri bulunmaktadır. Bu olumlu etkilerin beraberinde yaşanan turistik faaliyetlerin ülke veya bölge ekonomilerinin belirli mevsimlerde yoğunlaşması nedeniyle mevsimsel işsizlik gibi sorunları beraberinde getirmektedir. Mevsimsel dalgalanmadan kaynaklanan olumsuz

etkilerin yanında turizm mevsimlerinde artan trafik kazaları, yetersiz altyapı, çevresel sorunlar ve kültürel yozlaşma gibi olumsuz sonuçlara yol açabilir.

Turizm tüketicilerinin tatil amacı ile seyahat etmeleriyle meydana gelen turizm sektörü, kendini çağın gerektirdiği koşullara göre yenileyebilen ve hızlı bir şekilde gelişme gösteren bir sektör konumuna gelmiştir. Günümüzde yaşanan gelişmelerle birlikte yalnızca ekonomik yönüyle ilgi odağı olmaktan çıkıp ekonomik boyutuyla birlikte sosyo-kültürel ve çevresel yönüyle de ilgilenilen bir sektör olma özelliğine sahiptir. Bu özellikleri ile geçmişe kıyasla sektörün önemi artmış ve sektörde yaşanan gelişmeler, bazı etkilerin de meydana gelmesini sağlamıştır. Gelişme gösterdiği bölge ya da ülkede meydana gelen olumlu ve olumsuz etkileri, turizmin araştırılıp incelenmesi konusunda önem kazanmaktadır. Bunun yanı sıra turizm bölgesinde yaşayan insanlar, turizmin gelişmesinden en çok etkilenen kesim olmaktadır. Bölgede yaşayan yerli halkın; turizm gelişiminin meydana getirdiği etkilere karşı bakış açıları ve ne yönde algıladığı, turizm planlamasının sağlıklı bir şekilde işleyişi açısından önemli yapıtaşlarındandır.

Turizmin gelişmesine yönelik yerli halkın yaklaşımları, turizm planlamalarına nasıl bir tepki vereceğinin göstergesidir. Bu sebeple turizmin gelişmesi karşısında bölgelerde ikamet eden yerli halkın tepkisinin tespit edilmesi, birçok araştırmaya konu olmuştur. Yapılan araştırmalar sonucunda, yerli halkın turizmin gelişim sürecinde destek olması büyük önem taşıdığını söylemek mümkündür.

Zengin turizm potansiyeline sahip olan bölgelerde, planlı ve etkin bir turizm uygulanması halinde bölge geliri artacak, bu durum ise bu bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının giderilmesine yardımcı olacaktır. Turistik bir bölgeye yapılan yatırımlar ise, bir bölgeden bir diğer bölgeye kaynak aktarımı anlamına gelmektedir ki, bu kaynak aktarımı ekonomik faaliyetleri canlandırmakta, gelir ve istihdam

olanakları yaratmaktadır. Bu bağlamda kongre turizmi kaynak aktarımı sağlanmasında en iyi alternatif olmaktadır. Kongre turizmi sayesinde bölgeye gelen iş adamları geldikleri yeri tanıma fırsatı yakalayarak, bölgeye yatırım yapma düşünceleri oluşabilmektedir.

Bartın ili, hem yaz hem de kış mevsiminde, birçok alternatif turizm türlerinin gerçekleşmesine sahip potansiyel kaynağa sahiptir. Örneğin doğa yürüyüşü, bisiklet turu, doğa sporları, yayla turizmi, mağara ve şelaleleri, deniz ve yat turizmi gibi turizm faaliyetleri imkanına sahiptir. Ayrıca her mevsim fotoğraf çekimine uygun manzara ve doğal güzelliklere sahip alanları da bulunmaktadır. Bu durum da Bartın iline olan çekiciliği ve tercihi artırıcı bir etken olma şansı tanımaktadır.

- Bartın, tarihi, doğal ve kültürel kaynak yönünden gerekli potansiyeli olmasına karşın, bu kaynakları değerlendirebilecek alternatif turizm çeşitlerinin çoğuna ciddi bir şekilde yönelmediği görülmektedir. Bu durum turizme olan bilinçli olmanın ve yatırımların yetersizliğini göstermektedir. Diğer yandan alternatif turizm çeşitlerinin zenginleştirilmesinde, doğal ve kültürel kaynakların gerekli tanıtımlarının yapılmadığı, buna paralel olarak da yeterli boyutta turist çekemediği gözlemlenmektedir.
- Ayrıca turizm kaynaklarının korunması ve değerlendirilebilirliği açısından gerekli tedbirlerin alınmadığı görülmektedir. Çünkü bölgeye gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak, konaklama, restoran, eğlence ve otopark gibi hizmetler yetersiz kalmaktadır. Bu ihtiyaçların karşılanması ve Bartın'ın mevcut kaynaklar açısından turizm sektöründe hareketliliğin sağlanması için öncelikle ilin ve ilçelerinin sahip olduğu kaynaklarının etkili bir şekilde tanıtımının yapılması gerekmektedir.

- Turizm çeşitlerinin gelişmesine yönelik tesis, alt ve üst yapı gibi yatırımların gerek kamu gerekse özel sektör tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Turizminin gelişimine yönelik çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu sayede ihtiyaç duyulan yatırımların sağlanması, etkili bir tanıtım faaliyetleriyle de desteklenerek bölgede turistik canlanma gerçekleşecek ve Bartın ili hem ulusal hem de uluslararası turisti çekebilme fırsatına sahip olacaktır. Sonuç olarak Bartın turizm potansiyelinin yerli ve yabancı turistler tarafından değerlendirilmesi durumunda, Bartın ili ve çevresinin ekonomik olarak kalkınmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Ağaoğlu, O. K. (1991). *Türkiye’de Turizm Eğitimi ve Etkenliği*. Ankara: MPM Yayınları.

Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Basım Yayın.

Akıllı, H. (2004). Ekoturizmin Sosyo Kültürel Ekonomik Yönetmel ve Çevresel Etkiler Bakımından İrdelenmesi: Antalya Köprülü Kanyon Milli Parkı Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* .

Akın Acuner, Ş. (2006). Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi. *Milli Produktivite Merkezi Yayınları* (Yayın No:689), 26.

Akın, N. (2006). Bölgesel Kalkınma Araçları İle Kalkınma Ajanslarının Uyum, İşbirliği ve Koordinasyonu. *TEPAV Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu* , 295-304.

Akova, İ. (1997). Türkiye’de Turizmin Önemi ve Ekonomideki Yeri. *Türk Coğrafya Dergisi* (32), 263-280.

Aktakas, B. G. (2006). Bölgesel/Yerel Kalkınma, Bölgesel Kalkınma İçin Bir Model. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı* , 3. Adana: Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Alaeddinoğlu, F. (2007). Sivas Kentinde Halkın Turiste ve Turizme Bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* , 5 (2), 1-23.

Andrew J. Martin, M. D. (2009). Interpersonal Relationships, Motivation, Engagement, and Achievement: Yields for Theory, Current Issues, and Educational Practice. *Review of Educational Research* . , 327-365.

Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Arı, K. (2014). Perakende Mağaza İmajı Ve Tüketici Temelinde İncelenmesi Ankara İlinde Bir Uygulama. GAZİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ.

Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (7), 276.

Aydoğan, F. (1997). Doğu ve Güneydoğu Anadolu'daki Sosyo- Ekonomik ve Kültürel Yapının Aileye Etkileri. *Van Valiliği ve 100. Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Kavşağında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Sempozyumu* . Van.

Aymankuy, Y. (2003). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bahar, O. (2000). Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi. (*Yayınlanmamış YL Tezi*) . Muğla: Muğla Üniversitesi.

Bahar, O., & Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bahar, O. (2007). “Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)* (19), 4-17.

Barbara G. Tabachnick, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Canada: Pearson.

Bartın Belediyesi. (2014). *2015-2019 Dönemi Stratejik Plan*. 09 04, 2016 tarihinde Bartın Belediyesi: http://www.bartinbelediyesi.com/dosyalar/Bart%C4%B1n_Str.Plan.10.01.pdf adresinden alındı

Bartın İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü. (2016). Bitkisel Üretim ve Bitki Sağlığı Şube Kayıtları. Bartın.

Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2007). Mitolojiden Gezinlere Bartın.

Bartın Üniversitesi. (2017). *2017 Yılı Performans Programı*. 04 05, 2018 tarihinde Bartın Üniversitesi: http://www.bartın.edu.tr/eskiFiles/2017Yili_Performans_Programi.pdf adresinden alındı

Bartın Valiliği, (2015). *Bartın İstatistikleri 2015*. 2015: Bartın Valiliği 1 Planlama ve Koordinasyon Müdürlüğü ve TÜİK Zonguldak Bölge Müdürlüğü.

Bartın Valiliği, (2016). İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü 2015 Faaliyet Raporu.

Başkaya, F. (2004). *Az gelişmişliğin Sürekliliği* (5 b.). Ankara: Kaynak Yayınları.

Başkurt, M., Zengin, E., & Es, M. (2014). Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 3 (2), 99.

Bayat, G. (2010). Turizmin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Iğdır Halkı Üzerine Bir Araştırma. (*Yayınlanmamış YL Tezi*). *Kafkas Üniversitesi* . Kars.

Bilir, M. (2003). Köy Enstitüleri Sisteminde Toplum Kalkınması. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 3.

Brasche, U. (2004). AB'nin Bölgesel Politikası ve Türkiye'nin Uyumu. *İKV* .

Burtan Doğan, B. (2011). Kalkınma İktisadının XX.Yüzyıldaki Gelişim Süreci, İktisat Politikalarına Etkisi ve Son On Yıllık Konjonktürün Disiplinin Geleceğine Olası Etkileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (22), 52.

Büyükdavras, S. (1972). Büyüme Kutupları Kuramı ve Türkiye'de Uygulanmasına İlişkin Çalışmalar. *Amme İdaresi Dergisi* , 5 (4).

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* , 470-483.

Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö., & Köklü, N. (2015). *Sosyal bilimler için istatistik*. Ankara: Pegem Akademi.

Cengiz, E., & Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 7 (1), 19-37.

Çağlı, I. B. (2012). Türkiye' de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. *İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü* . Yayınlanmış YL Tezi.

Çakım, B. (1964). Toplum Kalkınmasında Başarıyı Sınırlandıran Sebepler. *Ankara Üniversitesi Siyasi Bilimler Fakültesi Dergisi* , 79.

Çalışkan, U., & Tütüncü, Ö. (2008). *urizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması*. Antalya: V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı.

Çarkçı, A. (2008). *Ulusal Kalkınma İçin Yerel Teklifler*. İstanbul: Şehir Yayınları.

Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi Dergisi* , 293-306.

Çetin, A. C. (2007). Şirket Derecelendirilmesinde Faktör Analizi Kullanımı ve Sektörlere Yönelik Bir Uygulama . *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi* , 53-74.

Çetin, H. (2009). Kalkınma Sürecinde Kooperatifçiliğin Sosyal, Ekonomik ve Demokratik Etkileri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* , 4 (2), 39.

Çetin, M. (2006). Yerel Kalkınma Ajansları. *Ege Akademik Bakış Dergisi* , 6 (2), 127.

Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri. . *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi* , 9 (1), 1-18..

Çımat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* (6), 1-18.

Das, G. (2014). Impacts of retail brand personality and self-congruity on store loyalty The moderating role of gender. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 130-138.

Demircan, Ş. (2014). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm işletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. *İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği* , 13. Muğla.

Dennis B. Arnett, D. A. (2003). 2003 Developing parsimonious retailer equity indexes using partial least squares analysis a method and applications. *Journal of Retailing* , 161-170.

Diallo, M. F. (2012). Effects Of Store İmage And Store Brand Price-İmage On Store Brand Purchase İntention Application To An Emerging Market. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 360-367.

Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 14 (2), 205-220.

Dinler, Z. (1994). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Dinler, Z. (2001). *Bölgesel İktisat* (6. Baskı b.). Bursa: kin Kitapevi.

Doğanay, H. (1984). *Bölge Planlamasının Coğrafi Esasları*. Erzurum: Atatürk Üniv.Fen-Edebiyat Fakültesi Edebiyat Bölümleri Ders Notları No:63, Coğrafya Bölümü Ders Notları No:8.

Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

DPT Birinci 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1963). 02 04, 2016 tarihinde T.C. Kalkınma Bakanlığı:
<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/9/plan1.pdf>
adresinden alındı

DPT İkinci 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1968). 02 04, 2017 tarihinde T.C. Kalkınma Bakanlığı:
<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/8/plan2.pdf>
adresinden alındı

DPT Üçüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı. (tarih yok). 02 04, 2017 tarihinde T.C. Kalkınma Bakanlığı:
<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/7/plan3.pdf>
adresinden alındı

DPT Dördüncü 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1979). *T.C Kalkınma Bakanlığı*. 02 04, 2017 tarihinde
<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/6/plan4.pdf>
adresinden alındı

DPT Beşinci 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1985). 02 04, 2017 tarihinde T.C.

Kalkınma

Bakanlığı:

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/5/plan5.pdf>

adresinden alındı

DPT Altıncı 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1990). 02 04, 2017 tarihinde T.C.

Kalkınma

Bakanlığı:

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/4/plan6.pdf>

adresinden alındı

Devlet Planlama Teşkilatı. (1995). *Bölgesel Dengelerin Sağlanması, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara: Yapısal Değişim Projeleri Komite Raporları.

DPT Yedinci 5 Yıllık Kalkınma Planı. (1996). 02 04, 2017 tarihinde T.C.

Kalkınma

Bakanlığı:

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/3/plan7.pdf>

adresinden alındı

DPT Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı. (2001). 02 04, 2017 tarihinde T.C.

Kalkınma

Bakanlığı:

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/2/plan8.pdf>

adresinden alındı

DPT Dokuzuncu Kalkınma Planı. (2007). *T.C. Kalkınma Bakanlığı*. 02 04,

2017

tarihinde

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/1/plan9.pdf>

adresinden alındı

DTP Onuncu Kalkınma Planı. (2014). 02 04, 2017 tarihinde T.C. Kalkınma

Bakanlığı:

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%20Plan%20Plan%C4%B1.pdf> adresinden alındı

Dülgeroğlu, E. (2003). *Kalkınma Ekonomisi*. Bursa.

Eadington, W. R., & Redman, M. (2011). Economics and Tourism. *Annals of Tourism Research* , 18 (1), 41-56.

Elmas, G. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Dengesizlikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Eren, A. (2012). *Türkiye Ekonomisi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Erkal, M. E. (1990). *Bölge Açısından Az Gelişmişlik*. İstanbul: Der Yayınları.

Gegez, E. (2006). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Geray, C. (1981). *Kırsal Türkiye’de Toplum Kalkınması ve Kooperatifçilik*. Ankara: Tuna Yayıncılık.

Geray, C. (1966). Şehirsel Toplum Kalkınması. *Ankara Üniversitesi, Siyasi Bilimler Fakültesi Dergisi* , 237.

Gezici, F. (1998). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma Amacında Turizm Eylemlerinin Etkisi: Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü* . İstanbul: Doktora Tezi.

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2006). *Tourism Principles, Practices, Philosophies (Tenth Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Göymen, K. (2000). Yerel Kalkınma Önderi ve Paydaşı Olarak Belediyeler. *İstanbul Sabancı Üniversitesi Yayınları* , 5.

Gül, H. (2004). Ekonomik Kalkınmada Yerel Alternatifler. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu. 1*, s. 201-219. Ankara: DTP Yayını.

Gülbahar, O. (2009). Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye rneği). *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 23 (1), 20-46.

Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe evre Dostu Yönetimin nemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* (13), 45-51.

Güneş, G., & Küçük, M. (2013). Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Turizm: Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri . *ağdaş Yerel Yönetimler* , 22 (4).

Hacıoğlu, N., & Avcıkurt, C. (2011). Turistik rn çeşitlendirmesi ve Alternatif Turizm,. *Turistik rn, Turistik rn eşitlendirmesi* (2).

Han, E., & Kaya, A. (2004). *İktisadi Kalkınma ve Büyüme*. Eskişehir: Anadolu nv. Yay. No: 1575.

Hinton, P., McMuray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS Explained*. New York: Routledge.

İlkin, A. (1988). *Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayını.

İncekara, A. (1998). Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları. *İstanbul Ticaret Odası* , 3.

Ingham, B. (1995). *Economics and Development*. McGraw .

İnskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. Nostrand Reinhold .

Işık, R. (2006). Azgelişmişlik Sorunu Demokrasi Krizi ve İnsani Kalkınma Endeksine Göre Azgelişmiş Demokrasiler. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi* . Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

J. Joseph Cronin, M. K. (2000). 2000 Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing* , 193-218.

Jaishankar Ganesh, K. E. (2007). 2007 Retail patronage behavior and shopper typologies a replication and extension using a multi-format, multi-method approach. *Academy of Marketing Science* , 369-381.

Julie Barker, A. P. (2002). The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions. *Journal Of Marketing* , 120-141.

Justin Beneke, S. C. (2015). The Development Of A Consumer Value Proposition Of Private Label Brands And The Application Thereof İn A South African Retail Context. *Journal Of Retailing And Consumer Services* .

Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Kapusızoğlu, M., & Taş, E. (2017). Spor Turizminde Farklı Alternatifler: Bayburt İli Örneği. *Social Sciences Studies Journal* , 3 (7), 234.

Karaçor, S. (1998). 1980 Sonrası Turizmde Etkinliği Arttırıcı Politikaların Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi* , 1 (1), 207-221.

Karasu, T. (1990). Kongre Turizmi Üzerine Düşünceler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* , 1 (4), 32.

Kartal, G. (2013). Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi* . Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı .

Kaya, H. (1999). *Uluslararası Politik Derinliklerde Anadolu 2000*. Bursa: F. Özsan Matbaacılık.

Kaya, E. (2007). *Kent Yönetiminde Yeni Yaklaşım Yerel Kalkınma Yönetimi*. İstanbul: Okutan.

Kaya, E., Şentürk, H., Daniş, O., & Şimşek, S. (2007). *Modern Kent Yönetimi-I*. İstanbul: Okutan Yayıncılık.

Kayri, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 51-64.

Keskin, A., & Cansız, H. (2010). Tourism, Turkey and Economic Development. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 24 (4), 23-45.

Kılıç, B., & Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: *İşletme Araştırmaları Dergisi* (2(4)), 39-56.

Kılınç, E. (2016). Küreselleşme Sürecinde Yerel Ekonomik Kalkınma: Gaziantep Örneği. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 2 (1), 7.

Kızılırmak, İ., & Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1), 101-102.

Koday, S., & Çelikoğlu, Ş. (2011). Geleneksel Alışveriş Mekanlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı(Galla Bazarı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 15 (2), 243-262.

Kozak, M., Kozak, M. A., & Kozak, N. (2000). *Genel Turizm İlkeler - Kavramlar*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Kozak, M., Kozak, M. A., & Kozak, N. (2010). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar (Gözden Geçirilmiş 10. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Krumholz, N. (1999). Equitable Approaches to Local Economic Development. *Policy Studies Journal* (27 (1)), 83-95.

Künü, S., Hopoğlu, S., Sökmen Gürçam, Ö., & Güneş, Ç. (2015). Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (7), 71-93.

Lernoud, J., & Willer, H. (2015). Current Statistics on Organic Agriculture World Wide: Organic Area, Producers, Markets and Selected Crops. *The World Of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2015*. içinde FİBL & IFOAM.

Lie, Y. (2014). Study on The Contribution of Tourism to Regional Economic Development. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research* , 6 (7), 823-827.

Looney, S. W. (1995). How to use tests for univariate normality to assess multivar. *The American Statistician*; , 64-70.

Lorcu, F. (2015). *Örnek veri analizi SPSS uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Masayoshi Maruyama, L. W. (2014). 2014 Multiple store patronage The effects of store characteristics. *Journa lof Retailing and Consumer Services* , 601-609.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.

MEGEP. (2007). Turizm Hareketleri. *Konaklama ve Seyahat hizmetleri* , 31.

Milman, A., & Pizam, İ. (1988). Social Impacts of Tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research* , 15 (2), 191-204.

Miser, R. (1999). Kalkınma, Toplum Kalkınması Yöntemi ve İnsanın Gelişimi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* , 32 (1), 102.

Nathalie T.M. Demoulin, P. Z. (2009). Drivers of Customers' Adoption and Adoption Timing of a New Loyalty Card in the Grocery Retail Market. *Journal of Retailing* , 391-405.

Nuri Doğan, O. B. (2010). İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi* , 65-71.

OECD. (1994). *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries 1991-1992*. 09 15, 2016 tarihinde Special feature: tourism strategies and rural development: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf> adresinden alındı

Oktayer, N., Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Olalı, H., & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti.

Özdemir, K. (1999). Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Türkiye'de Bölgesel Dengesizliği Azaltmada Teşvik Uygulamalarının Önemi. *Erciyes Üniv. İ.İ.B.F Dergisi* (15), 121-129.

Özgürel, G. (2012). Tunceli İlinin Kalkınmasında Turizmin Değerlendirilmesi: Yerel Kurum Yöneticileri Boyutuyla Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı* , 13-14. Balıkesir: Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Özgüven, A. (1988). *İktisadi Büyüme, İktisadi Kalkınma, Sosyal Kalkınma, Planlama ve Japon Kalkınması*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Patır, S. (2009). FAKTÖR ANALİZİ İLE ÖĞRETİM ÜYESİDEĞERLEME ÇALIŞMASI. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 69-86.

Pendik Belediyesi. (2010). *Yerel Kalkınma Nedir ?* İstanbul: 124 Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi.

Proença, S. A., & Soukiazis , E. (2005). Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach. *CEUNEUROPE , Discussion Paper No 29*.

Ramig, P. (1983). Applications of the analysis of means *Journal of Quality Technology* , 19-25.

Remzi Altunışık, R. Ç. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Renda, A. I., Mendes, J., & Valle, P. (2011). A Structural Model Approach of Residents' Perception of Tourism Impacts In Their Own Quality of Life: The Municipality of Loulé, Algarve. *Tourism & Management Studies , Book Of Proceedings II*, 1088-1091.

Rogerson, C. (2001). Local Economic Development: A Review Assessment Of Its. *Urban Studies* , 1003-1024.

Saraç, A. (2006). Bölgesel Kalkınma Modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP). *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi* . Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sarı, C. (2008). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları, Planlama Yaklaşımları ve Öneriler. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi* (8), 12-45.

Sarı, Y. (2017). Bir Alternatif Turizm Çeşidi Olarak “Tefekkür Turizmi” Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* , 2 (1), 58.

Seock, Y.-K. (2009). Influence of retail store environmental cues on consumer patronage behavior across different retail store formats An empirical analysis of US Hispanic consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 329-339.

Sinclair, M. T., & Stabler, M. (2002). *The Economics of Tourism*. New York: Routledge.

Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches* (Cilt 16). Cambridge: Pergamon.

Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi* (4), 1-18.

Stephenson, P. R. (1969). Identifying Determinants of Retail Patronage. *Journal of Marketing* , 57-61.

T.C. Fırat Kalkınma Ajansı. (2012). *TRB1 Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Stratejisi ve Eylem Planı*. Nihai Rapor.

Tekeli, İ. (2002). *Sivil Toplum Kuruluşları, Yerelleşme ve Yerel Yönetimler*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Thirlwall, A. P. (1977). *Growth and Development* (Second Edit b.). New York: Halsted Press.

TÜİK. (2018, 04 09). *Türkiye İstatistik Kurumu*. 04 09, 2018 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> adresinden alındı

Turhan, Ş. (2005). Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım. *Tarım Ekonomisi Dergisi* , 11 (1), 13-24.

Türker, G. Ö., & Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Elektronik Meslek Yüksekokulları Dergisi* , 4 (1), 81-98.

Turoğlu, H., & Özdemir, H. (2005). Bartın İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi* , 10 (13), 105.

Urry, J. (1987). Some Social and Spatial Aspects of Services. *Society and Space* , 5, 5-26.

Ülker, İ. (1978). *Dağ Turizminin gelişimi*. Ankara: T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Döner Sermaye İşletmeleri Yayınları.

Ülker, İ. (1992). *Dağ Turizmi*. Turizm Bakanlığı.

Ünlüönen, K., Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel.

Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House.

Williams, A. M., & Shaw, G. (1995). Tourism and Regional Development. *TESG* , 86 (1), 50-63.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford.

Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yahşi Yazıcıoğlu, S. E. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yarcan, Ş. (1994). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Yavillioğlu, C. (2002). Geri Kalmışlık Olgusu ve Ekonomistik Kalkınma Teorileri (Eleştirel Bir Yaklaşım). *Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* , 3 (2).

Yavillioğlu, C. (2002). Kalkınmanın Anlambilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* , 3 (1).

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım, U., & Öner, ř. (2003). Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımının Türkiye'ye Yansımaları: GAP'ta Sürdürülebilir Kalkınma ve Yerel Gündem 21. *Çağdaş Yerel Yönetimler* , 12 (4), 10.

Yıldız, Z. (2007). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması* . İstanbul.

Yılmaz, B. (1984). *Ekonomik Yapı ve Büyüme*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi İİBF Yayınları No:5.

Yüzbaşıoğlu, N., & Arsezen Otamış, P. (2015). Medikal Turizm Kümesinin Gelişimi: Antalya Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi* , 13 (1), 168.

Zaei, M. E., & Zaei, M. E. (2013). The Impacts of Tourism Industry On Host Community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research* , 1 (2), 12-21.

Zengin, B., Öztürk, E., & Salha, H. (2014). Amasya İlinin Alternatif turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 1.

Zengin, B., Öztürk, E., & Salha, H. (2014). Amasya İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Metinleri* (6), s. 4.

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68983/yerel-etkinlikler.html> (Erişim Tarihi 25.04.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/cografı-yapı> (Erişim Tarihi 01.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/nufus-ve-idari-durum> (Erişim Tarihi 01.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/iklim-ve-bitki-ortusu> (Erişim Tarihi 01.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/sosyal-durum> (Erişim Tarihi 01.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/universite> (Erişim Tarihi 03.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/kultur-turizm> (Erişim Tarihi 03.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/ekonomik-durum> (Erişim Tarihi 03.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/il-haritasi> (Erişim Tarihi 01.05.2015)

<http://www.bartın.gov.tr/ulasim> (Erişim Tarihi 06.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68993/el-sanatlari.html> (Erişim Tarihi 13.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68995/ahsap-bartın-evleri.html> (Erişim Tarihi 13.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68996/bartında-tekne-yapımcılığı.html> (Erişim Tarihi 13.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68999/ulukayadaki-gizem.html> (Erişim Tarihi 13.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,69001/kultur-turizmi.html> (Erişim Tarihi 17.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,69011/kongre-turizmi.html> (Erişim Tarihi 17.05.2015)

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11492/saglık-ve-termal-turizmi-tanımı.html> (Erişim Tarihi 18.05.2015)

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html>

(Erişim Tarihi 18.05.2015)

<http://www.myfikirler.org/kongre-turizmi-cok-kazandiriyor.html>

(Erişim

Tarihi 18.05.2015)

<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73394/inanc-turizmi.html>

(Erişim

Tarihi 18.05.2015)

<http://www.kisa-bilgi.com/kultur-turizmi-nedir> (Erişim Tarihi 18.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68963/genel-bilgiler.html>

(Erişim

Tarihi 18.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68995/ahsap-bartin-evleri.html>

(Erişim Tarihi 18.05.2015)

<http://www.bartinkulturturizm.gov.tr/TR,68983/yerel-etkinlikler.html>

(Erişim

Tarihi 18.05.2015)

EKLER- 1

Bu anket çalışması Karamanoğlu Mehmet Bry Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünde Yrd. Doç. Dr. Zafer YILDIZ danışmanlığında yürütülen ve yüksek lisans öğrencisi İlayda Kılıçoğlu tarafından hazırlanan “Kalkınmada Turizm Sektörünün Rolü ve Bartın İli Örneği” adlı tez çalışmasında kullanılmak üzere veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Anketten elde edilen veriler bilimsel yayın dışında hiçbir amaçla kullanılmayacaktır ve hiçbir suretle anket katılımcılarından isim ve soy isim gibi kişisel bilgiler talep edilmeyecektir. Destekleriniz için teşekkür ederiz.

TURİZM VE YEREL KALKINMA ANKETİ

1.Yaşınız:.....

2.Cinsiyetiniz: () Kadın () erkek

3.Eğitim durumunuz:

() Okuma yazma bilmiyorum ()ilkokul ()ortaokul ()lise ()üniversite ve üstü

4.Hanehalkı geliri:

() 0-750 TL ()751-1500 TL ()1501-2250 TL ()2251-3000 TL () 3001ve üstü

5.Medeni durumunuz: ()evli () bekar

6.Çocuğunuz var mı? ()hayır () evet

7. mesleğiniz?

()kamu sektörü ()özel sektör ()çalışmıyorum ()serbest meslek ()emekli

10. Sizce Bartın bölgesinde turizm çeşitlerinden hangileri yapılabilir?

()doğa turizmi ()tarih turizmi ()inanç turizmi ()kış sporları ()eko turizm ()kültür turizmi () deniz-kum-güneş ()hiçbiri ()diğer.....

1. kesinlikle katılıyorum					
2. katılıyorum					
3. kısmen katılıyorum					
4. katılmıyorum					
5. kesinlikle katılmıyorum					
Bartın'da turizmin gelişmesinin bölge ekonomisine etkileri hakkındaki düşüncelerinin	1	2	3	4	5
1a) Bölgeye yabancı sermaye girişini artırır.					
1b) Bölgeye yönelik yatırım artışını sağlar					
1c) Bölgede kişi başına düşen geliri artırır					
1d) Yeni istihdam olanakları sağlar					
1e) Bölgede alt ve üst yapının gelişmesini sağlar					
1f) Bölgede tarım sektörünün gelişmesine katkı sağlar					
1g) Bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farklarını azaltır					
1h) Kültürlerarası etkileşimi artırarak bölgenin sosyal açıdan gelişmesini sağlar					
1i) Doğal alanların ve tarihi turistik mekanların korunması açısından duyarlılığı artırır					
1j) Bölgeye yönelik çevre bilincini artırır					
Bartın ilinde turistik talebin analizine yönelik sorular	1	2	3	4	5
2a) Yeterli tanıtım yapılırsa turistik talep artar					
2b) Ulaşım imkanları geliştirilirse turistik talep artar					
2c) Alt yapı olanakları geliştirilirse turistik talep artar					
2d) Turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse turistik talep					

artar					
2e)Konaklanacak tesis arttırılırsa turistik talep artar					
2f)Nitelikli personel sayı artırılırsa turistik talep artar					
2g)Tesislerin hizmet kalitesi artırılırsa turistik talep artar					
2h)Bölgedeki turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı turistik talep artar					
2i)Bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar					
Bartın ilinde turizmin gelişmesi açısından avantaj ve dezavantajlar	1	2	3	4	5
3a)Bölgede çarpık kentleşme ve trafik olmaması turizmin gelişmesi açısından avantajdır.					
3b)Zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır.					
3c)Ulaşım kolay olması turizmin gelişmesi açısından avantajdır.					
3d)Bölgedeki turizm yatırımlarının yetersi olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır.					
3e)Bölgedeki turistik tesis sayısının azlığı turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır.					
3f)Bölgenin yeterince tanınmamış olması turizmin gelişmesi açısından dezavantajdır.					
3g)Bölge halkı turizm konusunda bilinçlendirilirse turistik talep artar					
Bartın ilinde turizmin gelişirse avantaj ve dezavantajlar	1	2	3	4	5
4a)Gıda fiyatları yükselir					
4b)Kira ve ev fiyatları yükselir					

4c)Eğitim sektörünü olumlu etkiler					
4d)Trafik sorunu artar					
4e)Çevre kirliliği artar					
4f)Suç oranı artar					
4g)Bölgeye yönelik göç artar					
4h)Kültürel yapı bozulur					



EKLER- 2



Foto 1: a- Ulus Havzası

b- Arit Havzası



Foto 2: a- Kozcağız – Kumluca Platoları

b- Arit Havzası



Foto 3: a- Ulus Vadisi



b- Arıt Vadisi



Foto 4: a- Uluyayla



b- Kumluca



Foto 5: a- Uluyayla Mağarası (Ulus)



b- Gürcüoluk Mağarası



Foto 6: a- Kurucaşile plajı



b- İnkum plajı



Foto 7: a- Amasra Kalesi



b- Tarihi evler



Foto 8: a- Aya Nikolas kilisesi



b- Ebu Derda Türbesi



Foto9: a- Bartın Tel Kırma



b- Amasra Çekiciler Çarşısı



Foto 10: a- Ulus Ulukaya Şelalesi



b- Kumluca Aksu Şelalesi



Foto 11: a- Amasra Tavşan Adası



b- Amasra

