

## **KÜMELER, AĞLAR VE ANTALYATURİZM KÜMESİNİN SEKTÖREL ANALİZİ<sup>1</sup>**

### *CLUSTERS, NETWORKS AND INDUSTRIAL ANALYZE OF ANTALYA TOURISM CLUSTER*

**Yrd. Doç. Dr. Pelin ARSEZEN**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi, pelinarsezen@mu.edu.tr, Muğla/ Türkiye

### **ÖZ**

Bu çalışma gerek araştırmacıların gerekse karar alıcıların yoğun ilgi gösterdiği, devlet politikalarında geniş yer bulan kümeler ve ağlar kavramlarının gelişimini inceleyerek bu kavramın turizm sektöründeki yerini irdelemektedir. Aynı zamanda Antalya Turizm Kümesi'ne kümeler ve ağlar bağlamında gelişmişlik bakımından değerlendirmektedir. Çalışmanın sonucuna göre Antalya Turizm Kümesi Türkiye'de ki turizm kümelenmeleri arasında en gelişmiş olanıdır denilebilir. Araştırmanın amaçlarından biri Antalya Turizm Kümesi'nin hangi küme tipolojisine ait olduğunu tespit etmektir. Literatür incelemesi ve araştırma bulguları sonucu Antalya Turizm Kümesi hem yatay hem dikey ilişkileri yoğun olan, hem özel hem kamuyu kapsayan bağlantılardan oluşan dolayısıyla hem kompleks hem kapsayıcı bir kümedir. Aktörlere göre sınıflandırmaya bakıldığında hem yerel hem devlet hem uluslararası aktörlerin olduğu Antalya Turizm Kümesi'nin karma yapısı olduğu söylenebilir. Ölçeğe göre ise makro seviyede bir kümedir denebilir çünkü ulusal düzeyde ekonomide önemli bir yeri vardır. Gelişme yönüne göre işleyen bir kümedir, kritik kitleye ulaşmış işletmeler vardır, bilgi ve uzmanlık, personel anlamında kendi kaynakları vardır. Antalya Turizm Kümesi makro seviyede ve küresel ölçekte gelişmişlik derecesi izlenimi veriyorsa da henüz girmediği pazarlar (Amerika, Japonya, Avustralya, Kanada gibi) ve gelişmesini sürdüren alt kümeleri vardır (sağlık turizmi, golf turizmi gibi).

**Anahtar Kelimeler:** kümeler, ağlar, Antalya, turizm kümesi

### **ABSTRACT**

This study examines the development of the notion of clusters and nets, which are widely used by state policy makers, and which are of great interest to decision-makers. At the same time, the Antalya Tourism Cluster assesses its development in terms of clusters and networks. According to the results of the study, the Antalya Tourism Cluster is the most developed tourism cluster in Turkey.

One of the objectives of the research is to determine the cluster typology of the Antalya Tourism Cluster. Literature review and conclusion of the findings Antalya Tourism Cluster is both a complex and an inclusive community consisting of links that include both private and public relations, which are both intensive in both horizontal and vertical relationships. When we look at the classification according to the actors, it can be said that Antalya Tourism Cluster, which is both local and state and international actors, is a mixed structure. According to the scale, a macroeconomic level can be tried because the economy has an important place at the national level. It operates according to the development direction, has reached a critical mass of businesses, has its own resources in terms of knowledge and expertise, personnel. While the Antalya Tourism Cluster gives the impression of a macro level and a global scale of development, there are still some markets (such as America, Japan, Australia, Canada) that have not been entered yet and sub-clusters that promote their development (such as health tourism, golf tourism).

**Keywords:** clusters, networks, Antalya, tourism cluster

<sup>1</sup> Bu çalışma yazarın "ANTALYA TURİZM KÜMESİNİN ALGILANAN PERFORMANSININ YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZİ" başlıklı, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D'da 2013 yılında tamamlanıp kabul edilen yayınlanmamış doktora tezinden türetilmiştir.

## 1. GİRİŞ

Küreselleşme sürecinin bütün hızı ile devam ettiği günümüz dünyası, sürece etki eden temel değişkenler (ekonomik, sosyolojik, teknolojik vs.) vasıtasıyla artık bir köy halini almıştır. Daha da önemlisi küreselleşme, temel etkenler ile birlikte firma-sektör-bölge-ülke rekabetçiliğini de üst düzeye çıkarmıştır. Diğer bir ifade ile artık sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilen uluslar ekonomik olarak hayatta kalabilmekte ve var olma yarışını sürdürebilmektedirler. Bilindiği gibi strateji, insanlık tarihi kadar eski bir kavram olup, savaş sanatında kullanılan bir yöntemdir. Nitekim tüm savaşlar stratejiler ile kazanılır. Yüzyıllardan beri kullanılan bu yöntem ise özellikle 1950'lerden sonra ekonomi literatüründe de yer almaya başlamıştır. Diğer bir ifade ile artık ekonomik savaşlar da stratejiler ile yürütülmektedir. Bu bağlamda, rekabetçi bir konuma yükselmek bu vesile ile sektörel ve bölgesel kalkınmayı gerçekleştirmek stratejiler vasıtası ile mümkün hale gelmiştir.

Strateji ve stratejilere bağlı olarak sektörel rekabetçilik firma stratejilerinde (küresel ve yerel) yer aldığı gibi, bölgesel kalkınma planlarına da yansımaktadır. Nitekim Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Avrupa Birliği (AB)'ne üye devletler ve gelişmekte olan ülkeler planlama çalışmalarının odak noktasına rekabetçiliği koymaktadır. Değer zinciri, kümelenme gibi yaklaşımlar ise rekabet stratejilerini uygulamak ve elde etmek için kullanılan etkin yöntemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemiz özelinde incelendiğinde, ulusal planlamaya geçiş serüvenimizin gelmiş olduğu son aşama olarak değerlendirilen stratejik planlama ve stratejik yönetim 2000'li yıllardan sonra yaygınlaştırılmaya ve uygulanmaya başlamıştır. Lizbon Kriterleri ile de kabul etmiş olduğumuz Rekabete Dayalı Kalkınma Politikası ise gerek AB'ye üye devletler gerekse ülkemiz açısından ekonomik kalkınma stratejik planlarının mihenk taşı oluşturmaktadır. Bu çerçevede kümeler ve ağlar her sektör için hayati önem taşımaktadır.

Bu çalışma gerek araştırmacıların gerekse karar alıcıların yoğun ilgi gösterdiği, devlet politikalarında geniş yer bulan kümeler ve ağlar kavramlarının gelişimini inceleyerek bu kavramın turizm sektöründeki yerini irdelemektedir. Aynı zamanda Antalya Turizm Kümesi'ne kümeler ve ağlar bağlamında gelişmişlik bakımından değerlendirilerek diğer kümelenme örnekleri için konuyla ilgilinenelere yol göstermeyi amaçlamaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bölgesel kümeler akademisyenler ve politika yapımcılar tarafından son yirmi yılda giderek artan bir ilgi görmektedirler. 1970'lerde ve 1980'lerde kümeler, ticari mallarda (örneğin 3. İtalya) ve yüksek teknolojide (örneğin Silikon Vadisi) dünya pazarında güçlü bir konum almak için kuruldu. Nitekim 1990'larda küme kavramı, Harvard Business School'da profesör olan Michael Porter'ın "the Competitive Advantage of Nations" adlı çalışmasıyla şirketlerin yenilikçiliği ve verimliliği ile yeni işletme biçimleri bağlamında geniş ölçüde tanınan popüler bir kavram haline gelmiştir (Clar vd., 2008).

Son yıllarda küresel bilgi ekonomisi kavramı bağlamında yerel olmayan uluslar arası görünüşteki kümeler, araştırmalar ve politikalar açısından cazip bir konu olarak ilgi çekmektedir. Bu nedenle kümeler çoğunlukla, küresel bilgi akışı için yerel ağlar ve yenilikçi etkin noktalar (hot spots) olarak bilinmektedirler. "The Innobarometer 2006 on "cluster's role in facilitating innovation in Europe" gibi bazı çalışma ve faaliyetler kümelerine dahil olan işletmelerin kümelerin dışında kalan işletmelere göre daha yenilikçi ve rekabetçi olduğunu doğrulamıştır. Firma seviyesinde artan yenilikçilik ve rekabetçilik nihayetinde sürdürülebilir bölgesel ekonomik kalkınma için önemli bir katkı olarak görülmektedirler. Bu yüzden politika yapımcılar kümeleri rekabetçiliği ve yenilikçiliği artıran büyük bir fırsat olarak değerlendirmektedirler (Clar vd., 2008).

Kümelenme veya yoğunlaşma araştırmalarının kökleri Adam Smith (1776) ve Alfred Marshall'ın (1890) çalışmalarına kadar geri gitmektedir. Adam Smith'in işbölümünün kentlerin gelişimine faydaları üzerine analizleri ve Marshall'ın İktisat'ın İlkeleri kitabında benzer firmaların neden yakın konumlar seçtikleri üzerine analizleri birçok iktisat ve yönetim düşünürüne yoğunlaşmanın dinamiklerini araştırma ilhamı vermiştir (akt. McCann ve Folta, 2008). Yazına ait yoğunluklu katkınının 50 yıllık bir geçmişi bulunmaktadır. Ancak konuya ilginin dönüm noktası olarak Michael Porter (1990) kabul edilmektedir. Porter'ın kümelenme çalışması yayımlandıktan sonra birçok araştırmacı tarafından takip edilmiştir. Günümüzde kümelenme hakkında bilimsel dergilerin hemen hemen her sayısında birçok bilimsel makale yayınlanmaktadır (Jackson ve Murphy, 2006).

Kümelenme ile ilgili öncü çalışma daha öncede vurgulandığı gibi Marshall'a aittir. Marshall, endüstriyel yoğunlaşmaları incelemiş ve yoğunlaşmaların bölgedeki firmalar açısından özellikle işçi bulma konusunda avantaj yarattığını belirtmiştir (akt. Asheim v.d., 2006). Marshall'ın endüstriyel yoğunlaşmalar ve endüstriyel bölgeler kavramı; küçük ve orta ölçekli firmaların yığılmış kümelenmelerini anlamak için dışsal ekonomilerin önemi üzerine kurulmuş ve ekonomik aktivite sürecinde aktörlerin yakın yerleşmesinden kaynaklanan dışsal

ekonomilerin faydaları üzerine odaklanmıştır (Bulu ve Eraslan, 2004). Coase'un (1959) dışsallık üzerine çalışmaları da Yeni Kurumcu İktisat çerçevesinde kümelenme teorisine destek olmuştur (akt. Eraydın ve Köroğlu-Armatlı, 2007).

Böylelikle kümelenme yazını Marshall ve Coase'in izinden giderek coğrafya bölge planlama, işletme ve tabii ki turizm gibi disiplinlerde araştırma programı haline de dönüşmüştür (Sarvan vd., 2012). Kümelenme konusunun son yirmi yılda kazandığı ivme ise Porter'ın çalışmalarına dayanmaktadır (Bulu, 2005). Teoride giderek önem kazanmaktadır ve uygulamada politika yapımcılar tarafından benimsenmektedir. Porter (1998) kümeyi, birbirine katma değer ekleyen, üretim zinciriyle bağlı bir ürün ya da hizmetin üretilmesi konusunda doğrudan veya dolaylı olarak etkin rol oynayan veya potansiyeli olan ilişkili ve bağımlı oyuncuların (akademisyenler, uygulayıcılar, karar alıcılar, turizm paydaşları) ortak bir coğrafyada yoğunlaşmaları şeklinde tanımlamaktadır (Porter, 1998). Kümeler, şehir, bölge, ülke, kıta kapsamındaki tüm oyuncuların birbirine bağlandıkları ağlar olarak görülmektedir.

Küme kavramı çok çeşitli çerçeveler ve amaçlar için ele alındığından son zamanlarda bulanık bir kavram haline gelmiştir. Politik arenada küme kavramı, küresel bilgi ekonomisinin ihtiyaçları doğrultusunda bölgesel kalkınmanın altında yatan dinamik bir mekanizma anlamında bölgesel kalkınma politikalarına uyarlanarak popüler bir kelime olarak sıkça kullanılmaktadır. Akademik çevre küme kavramını şu görüşlere yakınsayan bir ürün olarak ele almaktadır (Sarvan vd., 2012).

Alfred Marshall'ın (1890) yazdığı "Principles of Economics" kitabında dışsallık ekonomilerine dayalı olarak ihtisaslaşmış aktivitelerin yerelde yığılmalarından bahseden çalışmaya dayanan ve 1970'lerin sonundaki İtalyan bölgelerinin çalışmasına uzanan ekonomik coğrafyadaki yerel ekonomiler görüşü,

- ✓ Bölgesel ekonomi bağlamında bölgesel yenilikçi sistemler ve öğrenen bölgeler görüşü,
- ✓ Bilim ve ekonomi teknolojileri bağlamında yenilikçilik üstüne bir sistem görüşü,
- ✓ İşletmeler bağlamında ise devlet merkezli olmayan işletme örgütlenmeleri görüşü.

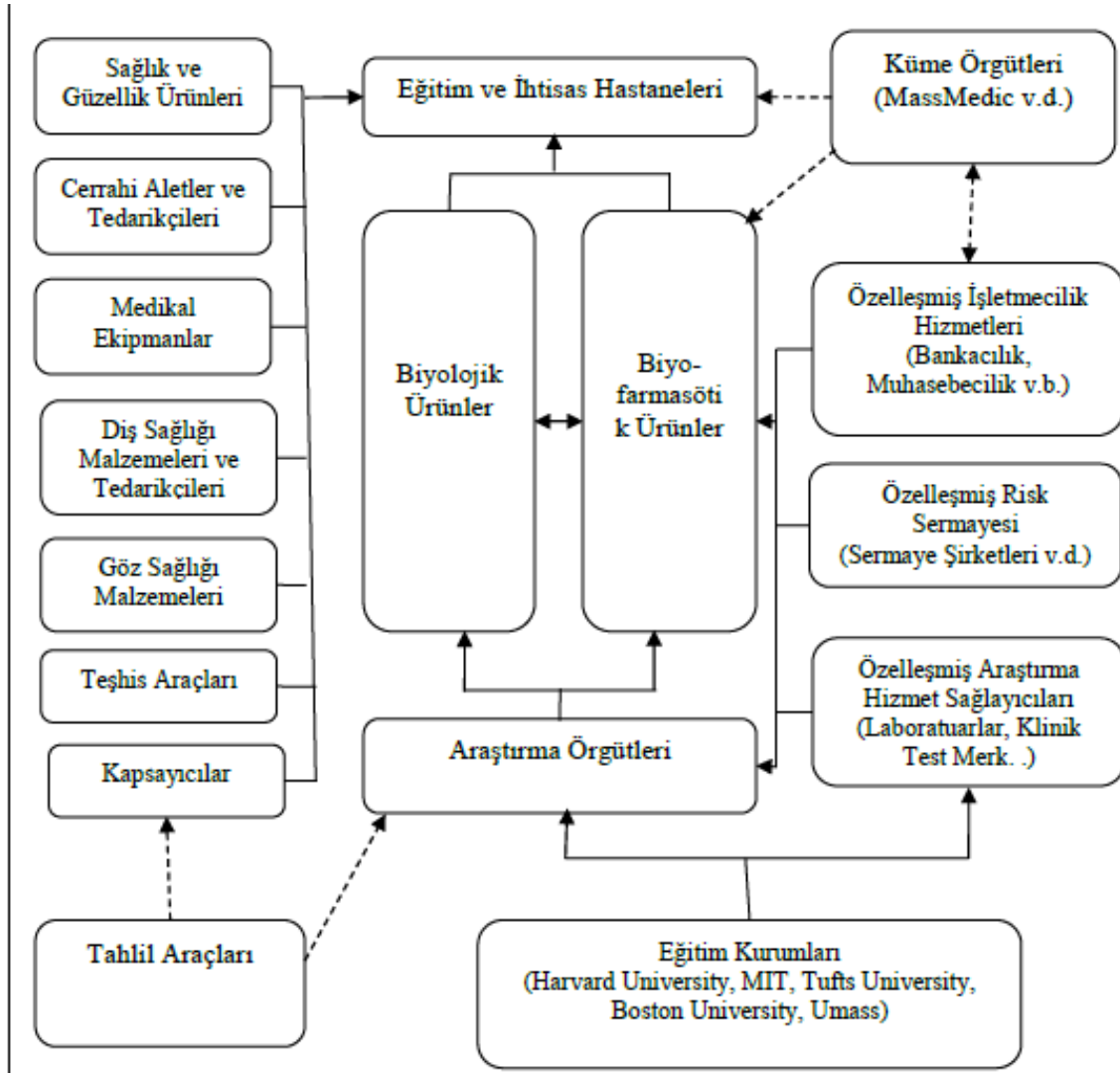
En yaygın kullanılan küme tanımı Porter (1998) tarafından yapılan tanımdır. Porter (1998) kümeleri şu şekilde tanımlar:

- ✓ Coğrafi yoğunluklardır,
- ✓ Birbiriyle iletimde bulunan işletmelerden, uzmanlaşmış tedarikçilerden, hizmet sağlayıcılardan, ilişkili sektörlerdeki işletmelerden, birlik ve kurumlardan (üniversiteler, ticaret odaları, dernekler v.b.) oluşmaktadır,
- ✓ Belli bir bölgede yer alır,
- ✓ Hem rekabet hem işbirliği içindedirler.

Bu tanım, küme yaklaşımının dört temel unsurunu ortaya koymaktadır (Porter, 1998):

- i. Coğrafi yoğunluk, küme yaklaşımının kalbidir. Bazı yaklaşımlar coğrafi yakınlığın olmadığı, geniş bölgeye yayılan işletmelerin örtük kümeler oluşturduğunu savunur.
- ii. Belli alanlarda işletmelerin uzmanlaşmış (birkaç sektöre yayılmış özellikli değer zinciri olarak) kümelerin yarar sağlayabilmeleri için ön koşuldur (Marshalyan dışsal yerel ekonomiler). Küme içindeki işletmeler, uzmanlaşmış tedarikçilerden, müşterilerden, teknolojilerden, pazarlardan, altyapıdan, nitelikli işgücünden, örtük bilgiden ortaklaşa faydalanır.
- iii. Kümede şirketlerle birlikte diğer kurumlar da (eğitim ve araştırma enstitüleri, düzenleyici kuruluşlar, kamu kurumları, araçlar, finans kuruluşları gibi) aynı bölgede yer alır. Küme, klasik işletme yazınındaki gelişme, kalkınma anlayışından daha geniş anlamda bir çatı, koşullar ve işletmeler dışındaki aktörlerin önemli bir rol oynadığı işletmecilik faaliyetleridir.
- iv. Kümelerdeki işbirlikçi rekabetin varlığı işletmeler için aynı anda hem tamamlayıcı hem destekleyici çalışma olduğunu göstermektedir. İşletmeler aynı pazarda rekabet içindeyken aynı zamanda işbirliği ve belli alanlarda güç birliği yapmaktadırlar. Bu durum işletmenin temel yeteneklerini etkilemeden ortak girişimlerden aynı ölçüde faydalanmalarını sağlamaktadır.

İşbirliği, sektörel bölgeler için önemli bir özelliktir. Özellikle küçük ölçekteki işletmeler geniş bir coğrafi alana yayılmış olsalar bile yakın ilişki içinde olabilmektedirler. Porter kümelerdeki yenilikçilik için rekabetin önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Yeni görüşler ise (inovasyon sistem yaklaşımı gibi) aktörler arası ilişkilerin tamamlayıcı olduğunu vurgulamaktadır. Şekil 1'de farklı paydaşlar arasındaki bağlantı özelleştirilmiş bir alanda örneklendirilmiştir:



Şekil 1. Boston Hayat Bilimleri Kümesi: Aktörler ve Üyeler  
Kaynak: Porter, 2008'den uyarlanmıştır.

Araştırmacılar tarafından ağ (network) kavramının çoğunlukla sosyal ilişkilere, güvene, kaynakların paylaşılmasına dayalı yönetimin özel bir biçimi olan bölgesel kümeleri ifade ettiği ileri sürülmektedir Sosyal ilişkilerin bilgi ve malumat akışı için en önemli kanallar olduğu ve coğrafi yakınlığın güven temelli sosyal ağları beslediği bilinmektedir (Vatne ve Taylor, 2000).

Küme literatürü incelendiğinde farklı görüş açlarına bağlı olarak çeşitli kümelenme türlerinin bulunduğu açıkça görülmektedir (Bulu, 2005). Kümelere ilişkin sınıflandırmaya ait temelde 4 kategori öne çıkmaktadır (He vd., 2008). Bunlar sırasıyla ilişki yönü, aktör türü, ölçek, gelişme yönü ve merkez yapısı kategorileridir. Aslında kümelenme tiplerinin sınıflandırılması ampirik ve teorik çalışmaların da ana eğilimlerini ortaya koymaktadır. Kümeler zaman içerisinde gelişmektedir ve kümelerin evrim geçirmesi uzun yıllar, hatta onlarca yıl sürebilir. Kümeler kendiliğinden oluşmamaktadır; kümeler ciddi sorunlar için geçici çözümler de değildir -daha ziyade küme içi ilişkiler, kültürel normlar ve resmi/gayri resmi örgütlenme önemlidir (Beyaz Kitap, s. 24, 2011).

Bir kümenin 3 aşamalı yaşam döngüsü şöyle özetlenebilir:

Ön küme aşaması, değişik aktörlerin belli bir coğrafyada konumlanmasıdır. Rekabetçi çalışmalara ilişkin çok az ilişki mevcuttur; şirketler coğrafi alan üzerinde vurgu yapmamaktadır.

Yükselme evresinde, yığın içerisindeki bazı aktörler bağlantı kurmaya başlamaktadır.

Küme yayılma evresinde ise, resmi veya gayri resmi işbirliği sağlayan kurumlar kümelenme sürecinde daha aktif bir rol oynamaya başlamakta ve şirket kurmalar, ortak girişimler ve yayılmalar yoluyla yeni firma oluşumunun içsel dinamiği kümenin belirleyici niteliği haline gelmektedir.

Zaman geçtikçe, teknolojiler ve süreçler de değişmektedir ve böylece de şirketlerin ve kümelerin de temel yeterlilikleri değişim göstermektedir. Bir küme hayatta kalabilmek, sürdürülebilir olmak ve durgunluğu engelleyebilmek için yenilikler yapmalı ve değişikliklere uyum sağlamalıdır. Bu da yeni temel faaliyetler etrafında odaklanmış olan bir veya daha fazla yeni kümeye dönüşme anlamına gelebilir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

Kümenin evrimleşme süreci, birçok aktörün kararına göre gerçekleşen zamana bağlı bir oluşumdur ve böyle durumlarda koordinasyon, kümenin daha yüksek refah ile ilişkili evrimsel bir yola erişmesini sağlayabilir. Ele alınması gereken önemli bir husus ise, mevcut kümelerin ve kümelene süreçlerinin kamu politikası ile hangi kapsamda desteklenebileceğini belirlemektir (www.smenetworking.gov.tr, 2011).

### 3. ANTALYA TURİZM KÜMESİ

Anadolu'nun güney kısmında yer alan Antalya ili Türkiye yüzölçümünün %2,6'sına sahiptir. Güneyi Akdeniz, kara sınırları ise Toros Dağları ile çevrili büyükşehir kapsamında bir şehirdir. Dağlık ve sahil olarak ikiye ayrılan Antalya ili yayla ve sahil ovalarından oluşmaktadır. Şehir merkezine son derece yakın olan sahil ve plajlarına ulaşım kolaylığı bakımından ender bulunan şehirlerdendir. Dolayısıyla turizm için çok elverişli kaynaklara sahiptir.

Antalya turizm bakımından pek çok çekiciliğe sahiptir. Antalya'nın 630 km uzunluğundaki sahil kıyısı, anıt mezarlar, antik kentler, limanlar, kumsallar, koylar, denizle birleşen ormanlar, akarsular ve şelaleler ile pek çok doğal ve kültürel cazibe merkezini barındırmaktadır. Kitle turizmi için son derece uygun olan koşullar av turizmi, yat turizmi, golf turizmi, dağ turizmi, kış turizmi, mağara turizmi için de uygundur. Antalya'nın iklimi neredeyse tüm bir yıl denize girmeye imkân verirken diğer yandan merkeze 1 saat mesafede Saklıkent mevkiinde kayak yapabilmek olanağı vardır. Aynı şekilde iklim ve oldukça gelişmiş tesisler sayesinde yıl boyunca golf oynamak mümkündür.

#### 3.1. Antalya Turizm Kümesinin Gelişmişlik Performansı

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından 2003 yılında hazırlanan gelişmişlik sıralamasına göre Antalya sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında 81 il içinde 10. sırada yer almaktadır. Antalya ili 19 ilçe, 70 belediye ve 562 köyden oluşmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

TÜİK'ten alınan son verilere göre, Antalya'nın 2009 yılına ait yerleşik nüfusu yaklaşık 2 Milyon kişi olup bu nüfus yaz aylarında 10 Milyon kişiye kadar yükselebilmektedir. En kalabalık ilçesi, 2007 yılında ilçe olan 396.906 kişilik nüfusuyla Muratpaşa'dır (www.igd.com.tr, 2010). Antalya ili 2009 verilerine göre nüfus büyüklüğü bakımından Türkiye'nin 7. Büyük ilidir. Antalya 2008-2009 yılları arasında %3,25'lik nüfus değişimi yaşamıştır, bu oran Türkiye ortalamasının üzerindedir. 2009 yılı verilerine göre Antalya Turizm Kümesi'ne en çok göç veren il İstanbul'dur. İstanbul'u Konya, Ankara ve Isparta izlemektedir.

TÜİK iller bazında GSYİH değerlerini ve bu değer içerisinde sektörlerin paylarını en son 2001 yılında açıklamıştır. 2010 itibari ile GSKD (Gayrisafi Katma Değer) değerleri 2006 yılından başlayarak bölgesel düzeyde yayınlanmaktadır. TR 61 (Antalya, Burdur, Isparta), 2006 yılı itibariyle 26,5 Milyar TL GSKD ile İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa-Eskişehir-Bilecik, Kocaeli Bölgesi, Adana-Mersin'den sonra 7. sıradadır. TR 61, 11.110 TL veya 7.712 \$ kişi başına GSKD ile İstanbul, Kocaeli, Bursa, Ankara, Edirne-Kırklareli, İzmir bölgelerinden sonra 7. sırada gelmektedir. Türkiye ortalaması 9.600 TL veya 6.684 \$ dır. İlk sıradaki İstanbul'da ise bu değerler 14.914 TL veya 10.352 \$ dır. Kişi başına GSYH'de 81 il arasında 23. sırada yer alan Antalya, genel performans değerlendirmesinde 10. sırada yer almaktadır (www.antalya.gov.tr, 2011; www.igd.com.tr, 2010).

Antalya'nın ilçelerine göre 2000 yılı itibariyle istihdamın sektörel dağılımı Tablo 'de verilmiştir. İl genelinde oransal olarak tarım sektörü %49,7'lik bir orana sahipken, 2025 yılı

için bu oran %33,2 olarak öngörülmüştür. Turizm alt sektörünün yer aldığı hizmetler sektörü için 2000 yılındaki oran il geneli için %45,1'dir. 2025 yılı için bu oran %62,3 olarak öngörülmüştür. Buna bağlı olarak, tüm ilçelerdeki hizmetler sektörünün ağırlığında bir artış meydana geleceği ve Kemer'in 2000 yılındaki hizmetler sektöründeki lider konumunu 2025 yılında da koruyacağı öngörülmektedir (www.igd.com.tr, 2010).

Ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında Antalya %31'lik payı ile ilk beş il arasında birinci sırada yer almaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

2011 yılında Antalya'ya, 10.704.636'sı hava yolu ve 196.278'i deniz yolu ile olmak üzere toplam 10.900.914 ziyaretçi gelmiştir. 2011 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı ve uçak sayısı önceki yıla göre yaklaşık %

12 oranında artmıştır. 2011 yılında ayrıca, Antalya'ya 391 017 transit ziyaretçi girişi gerçekleşmiştir. Transit girişler ile birlikte 2011 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı toplamı 11.291.931 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında Antalya'ya en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Almanya % 26,63 (2.786.616) ile birinci, Rusya Federasyonu % 25,96 (2.716.257) ile ikinci, Hollanda % 5,14 (537.518) ile üçüncü sırada yer almaktadır. Hollanda'yı İngiltere, İsveç, Ukrayna, Fransa, Norveç, Avusturya ve Polonya izlemektedir (www.antalyakultur.gov.tr, 2011).

### 3.2. Antalya İli Turistik Arz Verileri

Bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin sahip olduğu doğal ve çevresel veriler, tarihi ve kültürel veriler, ekonomik ve sosyal veriler ile turistik alt ve üst yapı olanakları turistik arzı oluşturmaktadır (Halis vd., 2008). Turistlerin kullanmasına ve faydalanmasına uygun olan doğal kaynaklar doğal arz verileri olarak turizm arzının temel ölçüsü olarak ele alınmaktadır. İklim, arazi şekilleri, toprak örtüsü, bitki çeşitleri, jeolojik özellikler, ırmak ve nehirler, plajlar, doğal güzellikler ve içme suları, sağlık şartları ve benzeri özellikler bu grubun kapsamına girmektedir (Sarkım, 2007). Akdeniz ikliminin hâkim olduğu Antalya'da, kışlar ılıman ve yağışlı, yazlar ise sıcak ve kurak geçer. Genelde yumuşak bir iklime sahip olan Antalya'da kış ayları fazla soğuk değildir ve kış mevsimi kısa sürer. Kaynaklar itibarıyla bakıldığında Antalya'da yapılan turizm çeşitleri genel olarak şunlardır: deniz turizmi, kış turizmi, spor turizmi (rafting, sualtı dalış turizmi, trekking, ...), mağara turizmi, yayla turizmi, kamp ve karavan turizmi, kongre turizmi, golf turizmi.

Antalya ilinin, akarsular, yaylalar, dağlar, ovalar ve mağaralar açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu ve kendine özgü doğal güzelliklerinin olduğu görülmektedir. Antalya'daki turizmi on iki aya yayma amacıyla yapılan çalışmalar dahilinde, Antalya'da kayak turizmine verilen önem artmıştır. Antalya'da Saklıkent Kayak Merkezi ve Akdağ Kış Sporları Merkezi olmak üzere toplam iki adet Turizm ve Kültür Bakanlığı onaylı kayak merkezi bulunmaktadır. İl sınırları içinde bulunan Toros Dağları'nda (Saklıkent) kış sporları, Beydağları'nda Jeep Safari, Trekking ve Mountaining yapılabilmekte, avcılık yapma imkânları bulunmaktadır. İl sınırları içinde bölgesel dağlar olarak, Akdağ, Susuz Dağlar, Alacadağ, Beydağları, Tahtalı Dağı, Geyik Dağları bulunmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

Türkiye'deki toplam 286 mavi bayraklı plajın 156'sı Antalya sınırları içinde yer almaktadır. Dünya'daki uluslararası mavi bayraklı plajlara sahip olan ülkeler sıralamasında Türkiye; İspanya, Yunanistan, Fransa'dan sonra dördüncü sırada yer almaktadır. 2001 yılında altyapısı yeniden düzenlenen sahil bandı batıda, Patara, Kaputaş, Çayağzı, Finike, Kumluca, Çıralı, Adrasan, Tekirova, Phaselis, Çamyuva, Kiriş, Beldibi, Göynük, Çaltıcak, Topçam, Sarısu, Konyaaltı, doğuda ise, Karpuz Kaldıran Plajı, Lara, Belek, Kumköy, Kadriye, Ahmediye, Alara, İncekum, Alanya, Kaledran, Bıçkı, Kuru Meydanı, Hacımusa, Kleopatra Plajı, Ulaş Plajı, Kuru Plajı ile gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231).

Türkiye'de yat turizmi önemli bir yer tutmaktadır. Antalya'da, Merkez, Finike ve Kemer olmak üzere toplam 3 adet mavi bayraklı, Alanya ve Antalya Merkez'de 1'er tane olmak üzere toplam 5 marina bulunmaktadır. Bu tam donanımlı marinalarda, yatçılar gereksinim duydukları tüm hizmet ve malzemeleri bulabilmektedirler. Antalya Limanından Düden Şelalesi-Karpuzkaldıran ve Kemer'e, Side'den Alanya'ya, Demre-Çayağzı'ndan Kekova'ya, Kaş'dan Kekova'ya, Kemer'den Çıralı-Olympos-Adrasan ve Gelidonya Burnuna yat turları yapılmaktadır. Manavgat çayı üzerinde tekne, Xanthos Çayı üzerinde kano turları yapılabilen bölgede, yat turizmi kapsamında Güneybatı Anadolu sahilini kapsayan mavi tur Antalya'da sona ermektedir. Kıyıda başta Kemer, Çamyuva, Olympos, Adrasan, Kaş, Kalkan, Üçağzı, Kekova, Side ve Alanya olmak üzere su altı dalış merkezleri bulunmaktadır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007).

Antalya, tarihi ve kültürel varlık ve değerler bakımından da oldukça zengin bir bölgedir. Antik bölgelerden Kilikya'nın batı kesimini, Pamfilya'nın güneydoğu ucunu ve doğu Likya'yı içine alan Antalya, Türkiye'de bugüne kadar bilinen en eski yerleşmelerin bulunduğu en önde gelen illerden biridir. Myra Antik Kenti, Alanya Kalesi, Aspendos Antik Tiyatrosu, Noel Baba Müzesi, Perge Antik Kenti, Phaselis Antik Kenti, Olimpos Antik Kenti, Antalya Müzesi, Side Tiyatrosu, Patara, Side Müzesi, Simena Antik Kenti en çok ziyaretçi alan ören yerleri ve müzelerdir.

Türkiye'de Turizm Bakanlığı'ndan onaylı 6 adet golf tesisi bulunmaktadır. Antalya'daki bu golf tesislerinin 3 tanesi Serik'te, 1 tanesi Aksu'dadır. Tesislerin Belek'te yoğunlaşmasının nedeni, ilçenin yılın 12 ayı golf turizmine hizmet verebiliyor olmasıdır.

Antalya'da amatör ve profesyonel sporcular için pek çok rafting noktaları ve rotaları bulunmaktadır. Antalya ilindeki önemli ırmaklar; Eşen, Demre, Aksu, Köprü, Manavgat, Alara ve Sedir Irmakları, çayları ise, Akçay, Alakır, Acısu, Barsak, Boğaçay, Arapsuyu, Düden, Karpuz, Çolaklı, Çavuşköy, Delice, Dim, Bıçkı, İnce Ağrı,

Kaledıran aylarıdır. Özellikle Manavgat Irmağı üzerinde bulunan Köprülü Kanyon'da destekleyici turistik ürün çeşidi olarak rafting yapılabilir. Bunun yanında Manavgat ve Düden ayları üzerinde bulunan selaleler de doğal güzellikleri ile birçok yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği yerlerdir.

Bey Dağları, Akdağ, Susuz Dağlar, Alaca Dağ, Bey Dağları, Tahtalı Dağ, Geyik Dağları'nda hem yerli hem de yabancı turistlerin tercih ettiği yürüyüş parkurları yer almaktadır. Ayrıca Belek ve Side Tireyengl'de atlı yürüyüş parkuru bulunmaktadır.

Antalya'da 500'e yakın mağara bulunmaktadır. Bu mağaraların sadece 10 tanesi turistlerin ve ekipmanlı sporcuların ziyaretine açıktır. Bunun yanın da 32 tane de turizme açılmayı bekleyen mağara bulunmaktadır. Antalya il sınırları içinde bulunan Karain Mağarası, Paleolitik ve Neolitik; Beldibi mağarası da Mezolitik ağdan veriler sunmaktadır. Bunun yanında Damlataş Mağarası, Yalan Dünya Mağarası, Altınbeşik-Ddensuyu Mağarası mağara turizmi açısından değerlendirilebilecek ve turistik talep yaratabilecek mağaralardır (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231).

Türkiye'de doğrudan yayla odaklı turizmi geliştirmek yerine bu turizm türü, diğer türleri destekleyici unsur olarak değerlendirilmektedir. Antalya sınırları içinde ortalama 1000 m ile 1500 m ykseklilikleri arasında 30'a yakın yayla bulunmaktadır. Antalya'da bulunan yaylalar, batıda rdbek, Uarsu, Gömbe, Gödene, Yeşilyayla, Taşkesik Yaylaları, doğuda ise, Akçaalan, Kesikbel, Avason, Gcer, İviz, Dumanlı, Derme, Alı, Topalceviz, Beloluk, Gğlenpınarı, Geriş, Güzelsu, Meşat, Slek, Dereköy, Mahmutseydi, Pınarbaşı, Gedevet yaylalarıdır. Bu yaylalarda kültür turizmi kapsamında yre gelenek ve görenekleri tanıtımı yapılabileceği gibi, günübirlik jeep safari turları da düzenlenebilmektedir (www.igd.com.tr, 2010; Sarkım, 2007, s. 231).

Antalya'da ve özellikle Patara-Alanya arası kıyı kesiminde önemli bir kamping potansiyeli bulunmaktadır. Kampinglerin bir kısmı Antalya doğusunda Lara kesiminde yoğunlaşmıştır. Diğer bir yığılma ilin batı kesimindedir. Kemer kıyıları genelde ormanlık ve kumsal olduğundan hemen hemen her yerde kamp kurulabilmektedir. Manavgat çevresinde de kamp olanakları olduğa fazladır. Manavgat Merkez'de ve çevrede birçok kamp yeri vardır (www.igd.com.tr, 2010).

Antalya sınırları iininde 4 adet milli park ve 3 adet tabiat parkı vardır. Bu milli parklar ve tabiat parkları Olimpos Bey Dağları Parkı, Köprülü Kanyon Milli Parkı, Termessos (Gllkdağı) Milli Parkı, Altınbeşik Mağarası Milli Parkı, Alacadağ Tabiatı Koruma Alanı, Dibek Tabiatı Koruma Alanı, ığlıkara Tabiatı Koruma Alanı'dır (Sarkım, 2007, s. 233).

Türkiye'nin, Avrupa ve Asya'nın birleştii yerde konumlanması, Türkiye'yi toplantı ve kongrelere çok uygun bir mekan yapmaktadır. Türkiye, birinci sınıf otel konaklama ve konferans tesisi zenginliği, dünyanın belli başı şehirlerine kolayca ulaşımlı, güzel dekorlar ve eşsiz manzara cazibesi sunmaktadır. Bütün bunlara, mükemmel bir iklim ve alternatif destinasyonlara göre çok daha düşük maliyet avantajı eklenmektedir. Sonuç itibariyle Türkiye'nin kongre turizmi için cazibesi çerçevesinde, yurt genelinde bu yönde gelişimide destekleyici çalışmalar ve yatırımlar vardır ve devam etmektedir. Antalya'da kongre turizmi hizmeti veren Kemer'de 47 adet, Side'de 6 adet, Manavgat'ta 6 adet, Alanya'da 8 adet olmak üzere toplam 67 adet otel bulunmaktadır. Bu oteller toplamda 155 adet konferans salonuyla hizmet vermektedir. Toplam kapasite yaklaşık 26.000 kişidir (www.igd.com.tr).

Antalya'da devam eden turizm projelerinden biri 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası'dır. Şampiyonayı gerçekleştirecek dünya aday ülkeleri arasında Türkiye ilk üç arasında yer almaktadır. 1 milyar Euro'luk bütçe ile 7 ayrı ile yapılması planlanan 7 stadyumun bir tanesi Antalya'da yer almaktadır. Stadyumun şehrin kuzeydoğusunda, Antalya Uluslararası Havaalanı'nın yanına yapılması planlanmaktadır. Yeni Antalya Stadyumu'nun yanına yapılacak futbol sahası, eğitim merkezi ve Türkiye Futbol Federasyonu futbol akademisi olarak kullanılacaktır. Farklı ulaşımlı yollarıyla şehir merkezinden kolay bir şekilde ulaşılabilecek olan stadyum, havaalanına da tramvayla 5 dakikalık uzaklıkta olacaktır (www.igd.com.tr, 2010).

Antalya'ya gelen turistlerin en çok "Herşey Dahil" sistemini tercih etmelerinden dolayı, Antalya şehir merkezi turistler için cazibe noktası olmaktan çıkmaktadır. Proje kapsamında Antalya şehir merkezindeki pek çok tarihi yapının restorasyonunun yapılması, şehrin çeşitli yerlerinde devamlı gezilebilen sergiler oluşturulması planlanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen proje kapsamında Antalya'nın "Mze Kent" olması planlanmaktadır (www.antalya.gov.tr, 2011).

Antalya şehir merkezine ulaşımlı desteklemesi beklenen proje, 2014 yılında tamamlanacaktır. Projenin, Antalya-Alanya arasında 139 km'lik bir güzergah üzerine inşaa edilmesi ve aradaki mesafeyi 38 dakikaya indirmesi planlanmaktadır (www.igd.com.tr, 2010).

Antalya Turizm Kümesi'nin teknik alt yapısının, ulaşım olanaklarının, içme ve kullanma suyunun, barajların, su rezervlerinin, enerji kaynaklarının gerekli miktar ve kaliteye bazı yörelerde henüz ulaşamadığı bilinmekle beraber Türkiye geneli ile karşılaştırıldığında iyi bir seviyede olduğu söylenebilir. Antalya'da ulaşım, ağırlıklı olarak kara ve hava yolu ile sağlanmaktadır (Sarkım, 2007, s. 243) demiryolu neredeyse kullanılmayan ulaşım çeşididir.

Antalya Turizm Kümesi'nde yük taşımacılığında en önemli pay karayollarına aittir. Deniz ulaşım hatları henüz tam anlamıyla gelişimini tamamlamamış olup demiryolu yoktur. Antalya'nın özellikle turizm açısından sürekli gelişim trendi dikkate alınarak, havaalanı kapasitesi yeni açılan terminalle birlikte genişletilmiş, kara ve deniz taşımacılığını geliştirmek için teşvik alınmıştır. Kümenin modern, gelişmiş bir hava limanı vardır ve bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin büyük bir kısmı havayolunu kullanmaktadır (Sarkım, 2007, s. 243).

Antalya Turizm Kümesi'nde enerji kaynağı olarak ağırlıklı olarak elektrik enerjisi kullanılmaktadır. Aynı zamanda Türkiye toplamının %5.3'üne karşılık gelen 2.643 mwh düzeyinde hidrolik enerji üretimi yapılan Antalya'da, beş adet hidroelektrik santrali vardır. Bunlar, Oymapınar, Kepez I, Kepez II, Manavgat ve Karacaören hidroelektrik santralleridir (Sarkım, 2007, s. 243).

Turistik arz potansiyelini kapsamında değerlendirilen üst yapı dinlenme yerleri, otel, motel, restoranlar, alışveriş merkezleri, eğlence yerleri, müzeler, sağlık merkezleridir. Bu üst yapı tesislerinden kasıt çağdaş nitelikte geçici konaklama, beslenme, eğlenme, dinlenme ve benzeri ihtiyaçları karşılayabilen ekonomik ve sosyal olanakların tamamıdır. T.C. Turizm Bakanlığı onaylı turistik tesislerin Türkiye genelindeki yüzde dağılımı incelendiğinde Antalya Turizm Kümesi'nin % 25'lik pay ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

### 3.3. Antalya İli İşgücü Piyasası

Antalya sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından Türkiye genelinde ilk sıralarda yer almaktadır. Bu özelliğiyle yoğun bir iç göçle karşı karşıyadır (Bülbül ve Köse, 2010).

Şehirleşme için genç ve dinamik nüfus fırsat olarak görülmekle birlikte vasıfsız ve düşük eğitilmiş işgücünün artması Antalya Turizm Kümesi için tehdit olarak görülebilir.

Hizmet sektörü içinde belirleyici olan turizm kendi etrafında bir kümelenme yaratarak bir çok alanda üretimi harekete geçirmektedir. Otel, lokanta, havaalanı, ulaştırma ve destek hizmetlerinin yanında, bağlantılı olarak mobilya, otel tekstili, yiyecek-içecek üretimi, temizlik, özel güvenlik, çevre düzenlemesi gibi faaliyetler önem kazanmaktadır. Tarım sektöründe Türkiye'nin sebze ve meyve üretiminin önemli bir kısmı gerçekleşmektedir. Özellikle seracılık alanında Antalya Türkiye'de ilk sıradadır. Sebze ve meyvenin yanında süs bitkileri üretimi bir diğer önemli tarımsal faaliyet alanıdır. Tarımdaki kümelenme tohum-fide üretimi, tarıma yönelik plastik sanayi ve ekipman, tarım kimyasalları üretimi gibi alanlarda söz konusudur. Nüfus artışının yarattığı talebe bağlı olarak da inşaat, eğitim ve sağlık başta olmak üzere perakendecilik, inşaat malzemeleri, mobilya ve gıda imalatında gelişme vardır. Dolayısıyla imalat sanayinde hem turistlerin hem yerli halkın ihtiyaçlarını karşılamak üzere ağırlıklı gıda, metal, plastik, tekstil, ahşap ve mobilya ile inşaat malzemeleri alanlarında üretim yapılmaktadır (Toksöz, 2011).

Antalya ilinin dahil olduğu NUTS2-TR61 bölgesinin işgücü piyasasının temel özelliklerine 2009 yılı itibariyle bakıldığında işgücüne katılma oranının Türkiye ortalamasından yüksek olduğu, bunun esas itibariyle kadınların işgücü katılım oranlarının Türkiye ortalamasının on puan üzerinde olmasından ileri geldiği görülür. İstihdam oranları açısından da geçerli olan bu durum bölgenin hizmet ve tarıma dayalı istihdam yapısıyla ilişkilidir. İşgücünün yaklaşık üçte ikisinin (%64) lise altı eğitim düzeyinde olması işgücünün eğitim düzeyinin düşüklüğüne işaret etmektedir. 15-24 yaş arasındaki gençler arasında eğitim düzeyi lise altı olanların oranı %55'tir ve bu genel işgücüne kıyasla dokuz puan daha düşüktür. Yine de işgücündeki gençlerin yarısından fazlasının lise altı eğitilmiş olması ciddi bir eğitim yetersizliğinin göstergesidir. Gençlerin eğitim düzeyi yükseldikçe işgücüne katılım oranları artmakta, özellikle genç kadınlar açısından eğitim ve işgücüne katılım arasında bariz bir ilişki bulunmaktadır. Bölgede istihdamın yarıdan fazlası ticaret ve hizmetlerde, üçte biri tarımda ve %14'ü sanayidedir (www.ilo.org, 2011).

Antalya ekonomisine dair büyüme, ihracat potansiyeli, döviz getirisi gibi ekonomik kriterler gelişmenin motorunun turizm sektörü olduğunu, bu sektörün diğer bir çok alanda hizmet ve mal üretimini harekete geçirdiğini göstermektedir. İl işgücü piyasasında en önemli istihdam kaynağı da turizmle bağlantılı olarak başta otelcilik ve lokantacılık hizmetleri olmak üzere çeşitli hizmet alanlarıdır. Dolayısıyla özellikle genç işsizliğini azaltmak ve insana yakışır işlerin yaratılmasını sağlamak bakımından turizm ve bağlantılı sektörlerin öncelikle göz önünde tutulması gerektiği açıktır (Toksöz, 2011).



TÜİK Antalya ilinde talebe dönük bir işgücü piyasası analizi yapmak üzere 2010 yılında bir anket çalışması yürütmüştür. Anket sonuçlarına göre mevcut istihdam içinde %26.6 ile konaklama ilk sırada gelmekte, onu %16.6 ile perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), %8.5 ile kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, %7.6 ile toptan ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç) ve % 7.1 ile bina inşaatı izlemektedir. Bu beş sektör mevcut istihdamın %66'sını kapsamaktadır. Son bir yıl içinde işe girişlerin %50'si konaklama ve bina inşaatı sektöründe iken, kalan %50'si diğer 19 sektöre dağılmaktadır. Aynı şekilde son bir yılda işten çıkışların %56'sı konaklama, bina inşaatı ve perakende ticaret alanlarındadır. Bu durum söz konusu sektörlerde istihdamın mevsimsel ve geçici yapısıyla ilişkilidir (www.tuik.gov.tr, 2010).

Antalya ilinde 2004-2009 arasında sigortalı çalışan sayısı 214.553'den 311.082'ye çıkarak %45 oranında artmıştır. Aynı dönemde Türkiye'de sigortalı çalışan sayısı 6.663.328'den 9.642.769'a çıkarak %44.7 oranında artmıştır. Antalya'nın sigortalı iş yaratma kapasitesinin Türkiye'ninkine denk olduğu görülmektedir (www.tuik.gov.tr, 2010).

Antalya ilinin SWOT analizinde güçlü yönler arasında insan kaynaklarının mevcudiyeti, görece düşük işgücü maliyeti, dinamik ve enerjik nüfus, zayıf yönler arasında teknik işgücü yetersizliği, niteliksiz işgücü, yabancı dil eksikliği, iş hacminin sezona bağlı oluşu nedeniyle ekonomik dengesizlik, işgücü devir hızının yüksek oluşu, yatırımcının uzun vadeli plan yapamaması sayılmaktadır. Fırsatlar arasında diğer şeylerin yanında sağlık, spor, kongre, inanç turizmi gibi alanlarda çeşitlilik ve büyüyen iş potansiyeli, tarım sektörünün ihracat potansiyeli, sanayinin büyüme potansiyeli, nüfusun genç ve dinamik yapısı dile getirilmektedir. Tehditler arasında göç nedeniyle düzensiz kentleşme, şirketlerde kurumsal yapı olmaması, profesyonel yönetim eksikliği, fiyat denetimsizliği, kalitesiz ürünlerin satılması, turistlerin aldatılması/kaybedilmesi, çevre kirliliği, turist profilinde düşüş, turizm gelirlerinde azalma gibi sorunlar ifade edilmektedir (Akova ve Baynazoğlu, 2012).

### 3.4. Antalya İli Turistik Talep Verileri

Turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri rasyonel veya irrasyonel nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan ve satın almayı gerçekleştiren insanların miktarıdır. Bu tanım kapsamında Antalya'ya bir yıllık bir süre içinde gelen ziyaretçilerin toplamı Antalya'ya olan talebi göstermektedir (Olalı ve Timur, 1988, s. 195). Tablo 1'de Antalya için yabancı ziyaretçi sayıları ve milliyet dağılımı verilmiştir.

Tablo 1. Yabancı Ziyaretçi Sayıları ve Milliyet Dağılımı (2012-2015 Yılları Kümülatif)

MİLLİYETLER	2012 YILI		2013 YILI		2014 YILI		2015 YILI		2015/2014 YILI KARŞILAŞTIRMA	
	ZİYARETÇİ	MİLLİYET	ZİYARETÇİ	MİLLİYET	ZİYARETÇİ	MİLLİYET	ZİYARETÇİ	MİLLİYET	SAYISAL	ORANSAL
ALMANYA	2 884 277	28,00	2 884 413	25,48	2 987 577	25,96	3 148 458	28,97	160.881	5,38
RUSYA FEDERASYONU	2 761 145	26,81	3 338 166	30,01	3 489 007	30,32	2 838 134	26,11	-650.873	-18,65
HOLLANDA	528 612	5,13	547 370	4,92	548 400	4,76	503 188	4,63	-44.852	-8,18
İNGİLTERE	408 960	3,97	443 851	3,99	449 598	3,91	461 482	4,25	11.884	2,64
İSVİÇE	348 096	3,38	380 540	3,42	376 058	3,27	335 875	3,09	-40.183	-10,69
UKRAYNA	326 985	3,17	384 778	3,46	286 764	2,49	317 530	2,92	30.766	10,73
KAZAKİSTAN	224 296	2,18	260 408	2,34	269 285	2,34	268 459	2,47	-826	-0,31
BELÇİKA	238 848	2,32	267 841	2,41	271 621	2,36	244 519	2,26	-27.102	-9,98
POLONYA	213 544	2,07	206 484	1,86	244 441	2,12	241 449	2,22	-2.992	-1,22
DANİMARKA	202 270	1,96	217 734	1,96	221 424	1,92	218 469	2,01	-2.955	-1,33
AVUSTURYA	232 652	2,26	230 008	2,07	227 401	1,98	197 155	1,81	-30.246	-13,30
NORVEÇ	300 432	2,92	300 872	2,71	228 184	1,98	191 955	1,77	-36.229	-15,88
İSVİÇRE	159 395	1,55	168 103	1,51	183 313	1,59	167 832	1,54	-15.481	-8,45
BELARUS (BEYAZ RUSYA)	80 242	0,78	125 837	1,13	142 319	1,24	138 131	1,27	-4.188	-2,94
FINLANDIYA	117 818	1,14	133 365	1,20	145 580	1,27	136 557	1,26	-9.023	-6,20
ÇEK CUMHURİYETİ	157 992	1,53	147 265	1,32	152 046	1,32	135 587	1,25	-16.459	-10,83
FRANSA	252 219	2,45	222 145	2,00	190 367	1,65	119 379	1,10	-70.988	-37,29
SLOVAKYA	97 490	0,95	99 538	0,89	104 097	0,90	111 684	1,03	7.587	7,29
İRAN	70 400	0,68	36 902	0,33	109 045	0,95	108 140	0,99	-905	-0,83
İSRAIL	27 335	0,27	80 092	0,72	92 356	0,80	106 438	0,98	14.082	15,25
ROMANYA	83 085	0,81	78 038	0,70	84 925	0,74	98 949	0,91	14.024	16,51
LİTANYA	41 258	0,40	55 214	0,50	68 861	0,60	70 404	0,65	1.543	2,24
MACARİSTAN	42 738	0,41	40 863	0,37	46 334	0,40	63 929	0,59	17.595	37,97
MOLDOVA	45 949	0,45	47 072	0,42	53 261	0,46	58 707	0,54	5.446	10,23
SİRBİSTAN	39 887	0,39	39 954	0,36	42 095	0,37	45 060	0,41	2.965	7,04
ESTONYA	26 591	0,26	35 881	0,32	41 877	0,36	44 479	0,41	2.602	6,21
LETONYA	27 400	0,27	32 087	0,29	36 086	0,31	36 675	0,34	589	1,63
AZERBAYCAN	20 126	0,20	23 486	0,21	34 834	0,30	35 674	0,33	840	2,41
İTALYA	40 048	0,39	39 088	0,35	35 174	0,31	30 329	0,28	-4.845	-13,77
BOSNA - HERSEK	15 714	0,15	16 966	0,15	18 686	0,16	22 185	0,20	3.499	18,73
SLOVENYA	18 464	0,18	13 875	0,12	16 038	0,14	14 092	0,13	-1.946	-12,13
AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	16 747	0,16	15 619	0,14	12 406	0,11	13 417	0,12	1.011	8,15
LÜBNAN	3 412	0,03	6 387	0,06	5 653	0,05	11 254	0,10	5.601	99,08
SURİYE	2 426	0,02	3 439	0,03	4 859	0,04	9 837	0,09	4.978	102,45
YUNANİSTAN	6 320	0,06	5 529	0,05	5 598	0,05	5 364	0,05	-234	-4,18
İSPANYA	10 588	0,10	8 468	0,08	7 978	0,07	5 267	0,05	-2.711	-33,98
PORTEKİZ	6 010	0,06	3 918	0,04	5 532	0,05	5 035	0,05	-497	-8,98
ERMENİSTAN	6 651	0,06	8 187	0,07	8 572	0,07	4 610	0,04	-3.962	-46,22
CEZAYİR	1 086	0,01	1 266	0,01	1 548	0,01	2 030	0,02	482	31,14
DİĞER MİLLİYETLER TOPLAMI	211 858	2,06	221 361	1,99	257 510	2,24	300 970	2,77	43.460	16,88
YABANCI ZİYARETÇİLER TOPLAMI	10 299 366	100,00	11 122 510	100,00	11 506 350	100,00	10 868 688	100,00	-637.662	-5,54
YERLİ ZİYARETÇİLER	426 770	3,98	413 252	3,58	435 833	3,65	463 152	4,09	27.319	6,27
GENEL TOPLAM	10 726 136		11 535 762		11 942 183		11 331 840		-610.343	-5,11

Tablo 1'e göre 2015 yılında Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı 11 milyon 911 bine ulaşmıştır (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,175865/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2012-20-.html>, Erişim: 13.11.2017).

## SONUÇ

İçinde bulunulan dönemde kümelenmeye dayalı politikaların küreselleşmenin de baskısıyla yerel ölçekte tasarlanarak işler hale gelmesi diğer benzer ülkeler gibi Türkiye'nin de temel öncelikli kalkınma politikaları olarak kendisini dayatmaktadır. Kümelerin çok fazla sayıda kurum, kuruluş ve işletme ile etkileşimde olmasından dolayı, bölgesel kalkınmanın paydaşlarının, davranış değişikliklerini stratejik kalkınma vizyonuna doğru yönlendirilmesi ancak küme kümelerin işlem etkinliğinin gelişmişlik düzeyine bağlıdır. Dolayısıyla kümelerin başarısı ve bu başarıyı diğerlerine yayabilmesi kümelerin etkin ve verimli bir şekilde yönetilebilmesi ile mümkün olabilecektir. Bu yüzden kümelerin işlem etkinliği düzeyinin artmasına etki eden insan kaynakları, bilgi ve bilgiyi teknolojiye dönüştürebilme yeteneğinin yanı sıra onu doğru ve etkin bir şekilde kullanabilme potansiyeli ve dahası kümelerin çekirdek değerler üretebilmesine doğrudan katkı sağladığı görülmektedir.

Özünde gerek ülkelerin gerekse de işletmelerin stratejik rekabet konumlanması, rekabet edebilme şartlarını kontrol altında tutabilme yeteneğine bağlıdır. Bu yetenek ise aynı işi rakiplerden daha iyi yapabilme yani işlem etkinliği seviyesi ve doğru vizyona yöneltmiş uygun ve daha da önemlisi bağımsız stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması ile doğrudan ilintilidir. Bu sebeple kümelerin kendiliğinden geliştiklerini varsayacak olsak bile tesadüfen gelişmedikleri açıktır, yönetilebilir ve yönlendirilebilir olması ise yine kabul gören bir gerçekliktir. Gerek akademik gerekse de politika üreticisi ve karar vericileri çevresinde konunun bu kadar kabul görmesinin altta yatan sebebi bu özelliğine bağlanabilir.

Kümeler kalkınma stratejilerindeki değişimi sonlandıran bir değişim olmasa da onu ekonomik kalkınmanın süreçlerinin yönetilmesi ve ülkelerin büyük stratejisine hizmet eden küçük seviyeli fakat oluşturdukları kendilerine has kültür ve yönetim tarzları sayesinde büyük stratejinin ana dayanağı olarak görülebilir. Öte yandan yönetilebilirlik yada yönetilebilirlik konusu kümeyi oluşturan kurumların yönetimi ve kümenin kendisinin yönetimi yani yönetim ve organizasyon fonksiyonlarının tam bir bütünlük içinde belirlenen vizyonu gerçekleştirmek üzere strateji uygulayabilmeleri süreçlerinin bütünü olarak tanımlanabilir. Yönetimin etkinliğinin temel taşı ise koordinasyon mekanizmalarının sektörel ve bölgesel bazda kurulmasını içermektedir.

Fakat aile işletmelerinin bile işlem etkinliği konusu tam anlamıyla gerçekleşmemişken birçok işletmeden ve kurumlardan oluşan kümelerin yüksek bir işlem etkinliğini gerçekleştirmeleri ve sürdürebilmeleri nasıl gerçekleştirilecek sorusuna verilecek cevap ana paradigma haline gelmektedir. Çünkü, kümelerin geleceğe taşınması ve yeni kümeler doğurması, gerek bölgesel gerekse de ülke kalkınmasının temel taşıdır. Eşitlikçi bir kalkınmada kalkınmanın sonuçlarının toplumun her yöresindeki katmanlarına ulaşması ancak bu sayede gerçekleştirilebilecektir. Bunların yapılabilirliği ise kümelerin stratejik bilince dayalı stratejik yönetim uygulamalarında bağlıdır.

Bu bağlamda kümelerin kültürel yapısı bağdaştırıcı ve taşıyıcı bir faktör olarak karşımıza çıkarken aynı zamanda sinerji üretmektedir. Dolayısıyla kümelerin kültürü yönetiminin de ana unsuru olmaktadır. Bir yönüyle şirketleri ve diğer kurumları birbirine bağlarken diğer yönüyle üretilen sinerjiyi ve bilgiyi geliştirmekte olan diğer kümeler için hazır hale getirmektedir. Dolayısıyla yeni işletmeler ve bilgi ve inovasyon üretme potansiyeline sahip kişiler için hazır bir üst yapı oluşturmaktadır. Bu yüzden kümeler birçok literatürün aksine sürekli gelişme potansiyeline sahip entropiyi minimize eden bir yapı haline dönüşmektedir.

Bu sayede, bölgesel ve sektörel kalkınma bağlamında kümelenme yaklaşımı ülkelerin rekabetçiliğini arttıracak bir politika seçeneği olduğunu ispatlamaktadır. Öte yandan küreselleşme sayesinde küçülen dünyada her şeye ulaşabilmenin mümkün olduğu genellikle savunulan bir olgudur. Fakat kümelenme sayesinde üretilen ortak kültür ve yakınlıktan doğan sinerji rekabet avantajı sağlamaya devam etmektedir. Her ne kadar everensel değerler öncelense de her kültür kendine has milli değerlerini koruyarak ya da küreselleşme sonucu empoze edilen değerleri ve paradigmaları süzerek özgünleştirerek kendi yönetim stillerini geliştirmektedir. Bu bağlamda kümelerin aynı zamanda kültürü koruyucu ve taşıyıcısı bir rol de üstlendikleri gözlenmektedir.

Benzer işletmelerin daha önceden bulunduğu yörelerde kurulan işletmeler önceden kurulan üst ve alt yapı ve yenilikçi düşünceleri destekleyen bilgi birikimini, yapısını ve kültürüne uygun, ihtiyaç duyduğu insan kaynağına kolayca ulaşabilme olanağına sahip olur. Yani işletmeler kendi gayreti olmaksızın rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Bunların yanında kümeler aynı zamanda uzmanlaşmış ve paydaşlar arasında özellikle de alıcılar ve tedarikçiler arasında zamanla örülmüş bir ilişki ağına katılmış olmaktadır.

Turizm kümesini belli bir coğrafi alanda bütünleşmiş bir sistem olarak düşünürsek konunun destinasyon yaklaşımlarıyla da bağıntılı olarak incelenmesi gerektiği söylenebilir. Destinasyon rekabetçiliği temelli küme yaklaşımları genellikle turizm kümelerinin doğal olarak oluştuğu görüşüne yere verseler de kümelerin potansiyeline ulaşması için gelişmek zorundadırlar. Fakat bu gelişme sürdürülebilirlik kavramının sınırları içinde gerçekleşmesi durumunda anlam taşıyacaktır. Aksi takdirde destinasyonla birlikte turizm kümeleri de kendi kendini yok edeceklerdir. Kümeler geliştikçe destinasyonu tamamlayıcı ek destinasyonlar da açığa çıkmaya başlar.

Böylece küme ve destinasyon ortaklığı birbirinin kalkınmasını tetikleyerek bölgenin kalkınmasına ciddi katkı sağlamaktadırlar. Bununla birlikte kümeler, devlet desteği, stratejik planlar, alt ve üst yapı, yörenin gelişmiş insan kaynağı, lojistik altyapısı ve müşterek pazarlama gibi genel faktörlerden etkilenmektedir. Her ne kadar kümeler dinamik bir özellik gösterebilir de çevre şartları sürekli değiştiğinden. Dolayısıyla çevresel faktörleri kontrol etmek ya da kendi lehine yönlendirmek küme içi işbirliğinin gücüne bağlıdır.

Kümeler birbirini tamamlayan, değer zinciri içinde ki ilişki ağına benzerliği ile kooperatif gibi birliklerden ayrılmaktadır. Araştırma sonuçları da bu yapıyı destekler niteliktedir. Tedarikçilerin rekabet etmede ya da rekabet konumu elde etmede gösterdiği ilişkinin önem derecesi bunu göstermektedir. Ayrıca ilişkiler yatay ve dikey olabilmektedir. Bu bağlam da bölgenin sürükleyici önder firmaları ve onlara ham madde tedarik edenler ve servis sağlayıcıları bulunmaktadır.

İlişkileri ve potansiyelleri bakımından kümeler kolektivizmin, ortak çözüm ve ortak yönetim anlayışının başka bir boyutunu oluşturmaktadırlar. Öte yandan ortak üretilmiş çekirdek değerlere yaslanan ortak vizyon ve stratejik yönetim uygulamalarını da destekleyen bir yapı göstermektedir. Dolayısıyla destinasyon yapısı gereği ortak bir amaca yönelenmeyebilir, ya da kendiliğinden bir gelişme trendi izleyebilir de bu trend kendisinin geleceğini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu yüzden destinasyon içindeki kümeler stratejik yönetime uygun yapıları gereği stratejik bir vizyon etrafında belirleyeceği amaç ve stratejiler sayesinde destinasyonun tesadüfî gelişmesini engelleme potansiyeline sahiptir. Küme yönetimi stratejik bir bilinç çerçevesinde yönetilirse bir taraftan destinasyonun sürdürülebilirliğini sağlarken diğer taraftan da stratejik bir pozisyon elde etmesini sağlayacaktır.

Bilgi akışının karar alıcılara etkin şekilde ulaştırılmasının ve ekonomik oyuncuların sağlanan malumatın farkında olmalarının sağlanmasının kümelene politikasının etkinliğini artıracığı söylenebilir. Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüzde, verilerin toplanması, analizlerin yapılması ve sonuçların etkin bir şekilde ilgili taraflara aktırılması da büyük önem taşımaktadır. Veri toplama ve analizlerin sağlıklı, güvenilir, geçerli ve tahminleme için uygun olması sonuçların etkinliğini doğrudan etkilemektedir. Veri toplama araçlarında zaman zaman ortaya çıkan aksaklıklar ve eksiklikler giderildikçe karar alıcılar için sonuç yorumlama ve tahminleme hedefe daha yakın şekilde gerçekleştirilebilecektir.

Araştırmanın amaçlarından biri Antalya Turizm Kümesi'nin hangi küme tipolojisine ait olduğunu tespit etmektir. Literatür incelemesi ve araştırma bulguları sonucu Antalya Turizm Kümesi hem yatay hem dikey ilişkileri yoğun olan, hem özel hem kamuyu kapsayan bağlantılardan oluşan dolayısıyla hem kompleks hem kapsayıcı bir kümedir. Aktörlere göre sınıflandırmaya bakıldığında hem yerel hem devlet hem uluslararası aktörlerin olduğu Antalya Turizm Kümesi'nin karma yapısı olduğu söylenebilir. Ölçeğe göre ise makro seviyede bir kümedir denebilir çünkü ulusal düzeyde ekonomide önemli bir yeri vardır. Gelişme yönüne göre işleyen bir kümedir, kritik kitleye ulaşmış işletmeler vardır, bilgi ve uzmanlık, personel anlamında kendi kaynakları vardır. Antalya Turizm Kümesi makro seviyede ve küresel ölçekte gelişmişlik derecesi izlenimi veriyorsa da henüz girmediği pazarlar (Amerika, Japonya, Avustralya, Kanada gibi) ve gelişmesini sürdüren alt kümeleri vardır (sağlık turizmi, golf turizmi gibi).

## KAYNAKÇA

Akova, O. ve Baynazoğlu, M. E., "Congress Tourism in Turkey: SWOT Analysis and Related Strategies", 2012. 359-365, <http://eecon.info/papers/513.pdf>.

Alagöz M., Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Faktörü: Teorik Bir Bakış, 2007, [http://www.sd-certificate.info/dyn\\_files/sd/104.doc](http://www.sd-certificate.info/dyn_files/sd/104.doc), erişim: 09.09.2011.

Altanlar, A. ve Akıncı-Kesim, G., "Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 9/1 (2007). 59 - 69.

- Açıklan, O. Saltık, A. (2007). Kalkınmada Yeni Kavram ve Stratejiler. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 2007/1, 5-27.
- Andersson, T.; Bjerre, M.; Wise Hansson, E., *The Cluster Benchmarking Project: Pilot Project Report – Benchmarking clusters in the knowledge based economy*, Oslo, 2006. [www.nordicinnovation.net/\\_img/cluster\\_benchmarking\\_project\\_final\\_report.pdf](http://www.nordicinnovation.net/_img/cluster_benchmarking_project_final_report.pdf), Erişim: 10.10.2012.
- Andersson, T.; Schwaag Serger, S., Sörvik, J.; Wise Hansson, E., *The Cluster Policies Whitebook*, Malmö, 2004.
- Aransson L., "Sustainable Tourism Systems: The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, no. 1-2, (1994), 77-92.
- Asheim, B., Cooke, P., ve Martin R., (2006). *Clusters and regional development : critical reflections and explorations*, London ; New York : Routledge.
- Arslan, K., "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:4, Sayı:7, Bahar, (2005/1), İstanbul.
- Ayaş, N., "Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9/1 (2007). 59 - 69.
- Bahar, O. ve Kozak, M., *Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005.
- Bernini, C. " Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy", *Tourism Management*, (2009), vol. 30, no. 6, pp. 878-889.
- Bozdoğan, R., "Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arkapları", *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Siyaset Konferansları*, Kitap 50, <http://iibf.kocaeli.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/39.pdf>, erişim: 09.09.2011.
- Braden, P. V. And Louse W., "Bringing Travel, Tourism and Cultural Resource Activities in Harmony With Regional Economic Development" *Tourism Marketing and Management Issues*, (1980).
- Bulu M., Eraslan, I.H., 2004, *Macro Framework and Market Growth in the Turkish Automobile Industry- A Demand Analysis*, European Academy of Management (EURAM), 4th Annual Conference, May, St. Andrews, UK.
- Bulu, M. ve Eraslan, I. H., "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2008). Yıl:5, Sayı:1.
- Bülbül, S. ve Köse, A., "Türkiye’de Bölgelerarası İç Göç Hareketlerinin Çok Boyutlu Ölçekleme Yöntemi İle İncelenmesi", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt/Vol:39, Sayı/No:1, 2010, 75-94.
- Camagni, R., (1991), *Innovation networks: Spatial perspectives*, Belhaven Press, London.
- Clar G., Sautter B., Hafner-Zimmermann S., (2008). *Strategic Cluster Development: Applying Strategic Policy Intelligence to create a Joint Research Agenda*, Regional Strategies & Innovation (RSI) Group at Steinbeis-Europa-Zentrum
- Clark, J. (1996) *Kalkınmanın Demokratikleşmesi*, (Çev:Serpil URAL) TÇV, Yayınları, Ankara.
- Çahantimur, A., *Sürdürülebilir Kentsel Gelişmeye Sosyo-Kültürel Bir Yaklaşım : Bursa Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007.
- Çeken, H., "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X ,S II*, 2008)
- Çetin M., *Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği*, D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:21 Sayı:1, (2006), 1-25
- Çetiner, E., "Turizmde Bölgesel Kalkınma, Verimlilik ve Kaynakların Etkin Kullanımı" 1. Turizm Şurası, Turizm Bakanlığı, (1998), Ankara.
- Çımat, A. ve Bahar, O., *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme*, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3 (6), (2003), 1-18.

Demir, M. Ö., 2009. Tüketici İmajı ve Marka İmajı Uyumunun Marka Sadakati Üzerine Etkisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Dulupçu, M. A., (2001), "Sürdürülebilir kalkınma Politikasına Yönelik Gelişmeler", <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/politika.doc>, erişim: 09.09.2011.

107

Emekli, G., İbrahimov, A., Soykan, F., Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, Ege Coğrafya Dergisi, 15 (2006),1-16, İzmir.

Erkuş-Öztürk, H. "The Role of Cluster Types and Firm Size in designing the Level of Network Relations: The Experience from Antalya Tourism Region", *Tourism Management*, 200930, 589-597.

Eraydin, A. and Armatlı Koroğlu, B. "Innovation, networking and the new industrial districts: The characteristics of networks and local innovation capabilities in the Turkish industrial clusters", *Entrepreneurship and Regional Development*, 2005 July, 17(4), pp.237-266.

Ferri, M. ve White , T. J., "Regionalism, Cooperation and Economic Prosperity: Effective Autonomy in Emilia-Romagna", *Mediterranean Quarterly*, (1999), 89-106.

Gönel, F. (2002). "Globalleşen Dünyada (nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma", *Birikim*, 158: 72-80, <http://www.yildiz.edu.tr/~gonel/akademikdosyaları/yayınlar/globallesendunya.pdf>, erişim: 12.08.2010.

Gündüz, A. Y. (2006), Bölgesel Kalkınma Politikası, Ankara: Ekin Yayınevi.

Gündüz, F., "Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği", Şişli Belediyesi, (2004), [http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13\\_ek.pdf](http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13_ek.pdf), erişim: 22.12.2012.

Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research: A. Social Sciences Journal*, 21 (3), 555-81.

Halis, M., Karagöz, Y. ve Savgın, C., "Bitlis İli Turistik Arz Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Sayı:6 C:3, 2008.

Hopwood, B., Mellor, M. ve O'Brien, G., Sustainable development: mapping different approaches, *Sustainable Development*, vol. 13, issue 1, (2005), 38-52

Ildırar, M. (2004), Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Ankara: Nobel Yayınları.

Işık N., Kılınç E.C., "Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Ekim 6(2), (2011), 9-54.

Işık N., Baysal D. ve Ceylan O., "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bir Politika Aracı Olarak Kalkınma Ajansları", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), (2010), 1-18.

Işık N., Göktaş D. ve Kılınç E.C., "İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1), (2011), 147-178.

İçöz O., Kozak M., (1998) *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitabevi, Ankara.

Jackson, J., ve Murphy, P. "Clusters in regional Tourism: An Australian Case", *Annals of Tourism Research*, (2006), 33 (4), 1018-1035.

108

Jöreskog, K.G. ve Sörbom, D., 1996, LISREL 8: User's Reference Guide, ScientificSoftware International, Chicago, 378 p.

Kahraman N., "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Aralık (1994).

Kar M., Zorkirişçi E. ve Yıldırım M., Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), (2004), 87-112.

Karatepe İ. ve Doğan Y., "Sürdürülebilir Kalkınma Küresel İklim Değişikliğine Çare Olabilir mi?", XI. İktisat Öğrencileri Kongresi, Küresel Isınma: Ekonomik, Politik ve Sosyal Etkiler, 8 – 9 Mayıs (2008), [www.kongreikt.ege.edu.tr/cd/pdf/17.pdf](http://www.kongreikt.ege.edu.tr/cd/pdf/17.pdf), erişim: 09.09.2011.

Kaypak, Ş., "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre", *KMÜ Sosyal ve Ekonomi k Araştırmalar Dergisi* 13 (20): 19-33, 2011.

- Keleş, R. ve C. Hamamcı, (1993) Çevrebilim. İmge Kitabevi, Ankara.
- Keskin, H. ve Dulupçu, M. (2010) "Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi", Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, Y.2010, C.15, S.1, s.441-461
- Konecnik, M., (2002) "The image as a possible source of competitive advantage of the destination — The case of Slovenia", Tourism Review, Vol. 57 Iss: 1/2, pp.6 - 12.
- Kumar, K. and van Diesel, H.G. (1996). Sustainable Collaboration: Managing Conflict and Cooperation in Inter-organizational Systems. MIS Quarterly 20 (3), 279-300.
- Liu Z., "Sustainable Tourism Development: A Critique", Journal of Sustainable Tourism, Vol.11, No.6, (2003), 459-473.
- Mallick, O. B., "Rostow's Five Stage Model of Development and Is It Relevance in Globalization" School of Social Science Faculty of Education and Arts the University of Newcastle, (2005).
- Marshall, A., Principles of Economics, Mcmillan, London, 1890.
- Martin M. ve Munt I, (1998), Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World, Routledge, London-New York.
- Masca, M., "Sürdürülebilir Kalkınma: Kalkınma ve Doğa Arasında Denge Arayışları", Uluslararası Davraz Kongresi, Küresel Diyalog Bildiriler Kitabı (e-nüsha), Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, 195-206, Isparta, 2009 (<http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/kalkinma/kalkinma12.pdf>, erişim: 11.07.2011).
- McCann, T. B., Folta, B. T., "Location Matters: Where We Have Been and Where We Might Go in Agglomeration Research", Journal of Management, Vol: 34, No: 3, 532-565, (2008).
- McNemar, Quinn. (1969). Psychological Statistics. London: Wiley.
- Molitor, R., "The Role of Business and Industry in Promoting and Realizing Regional Sustainable Development", Institute for Ecological Economy Research (IOEW), Germany, (2004), 1–18.
- Mowforth, M. ve Munt, I. (1998). Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World. London: Routledge..
- Olalı H., Timur A., (1998) Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti. İzmir.
- Opuş S., "Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum'daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15, 3-4, (2001), 37-58.
- Özen A., (2006), Turizm Sektör Raporu, [http://www.gedik.com/Analiz/ER\\_TURIZM\\_160804 .pdf](http://www.gedik.com/Analiz/ER_TURIZM_160804.pdf), 12.12.2011.
- Özer A. Ö., (1995), "Güncel Bir Tartışma: Sürdürülebilir Kalkınma", Planlama, 3-4.
- Patel S.J., (1961), Economic Development and Cultural Change, Cilt IX, No. 3, 316, Chicago.
- Porter, M. E., "Clusters and The New Economics of Competition", Harvard Business Review, Kasım-Aralık 1998, ss. 77-90.
- Porter, M. E., "Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, March-April 1990, ss. 73-79.
- Porter, M. E., "The Economic Performance of Regions", Regional Studies, Vol: 37, No: 6&7, August – October 2003, ss. 549-578.
- Powell, S. ve Wood D., "Is recruitment the millennium time bomb for the industry worldwide?", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 11 Iss: 4, (1999), 138 - 141
- Ratz, T., "The Socio-cultural Impacts of Tourism Case of Lake Balaton", Research Support Scheme, Virtus, (2000), s.6-7, <http://e-lib.ree.cz>, Erişim: 10.12.2011.
- Robert W.Mc Intosh, C.R.Goeldner (1990) Tourism Principles,Practices.
- Roome, N., Conceptualizing and studying the contribution of networks in environmental management and sustainable development, Business Strategy and the Environment, Volume 10, Issue 2, pages 69–76, March/April 2001.

Rutten, P. ve Boekema F., "Regional Social Capital:Embeddedness, Innovation Networks and Regional Economic Development" Technological Forecasting and Social Change, Vol. 74, (2007), 1834-1846.

Saatçi, M., Dumrul, Y., "Çevre Kirliliği ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Çevresel Kuznets Eğrisinin Türk Ekonomisi İçin Yapısal Kırılmalı Eş-Bütünleşme Yöntemiyle Tahmini", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 66 Sayı: 37, Ocak-Haziran 2011 ss.65-86.

110

Sarkım, M., "Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri", 2.Ulusal İktisat Kongresi /20-22 Şubat 2008 /DEÜ

Sarkım, M.,( 2007), Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Sarvan F., Başer, G., Köksal C. D., Durmuş, E., Dirlik, O., Atalay M., Almaz, F., "Network based determinants of innovation performance in yacht building clusters: Findings of the SOBAG", Procedia - Social and Behavioral Sciences 58 (2012) 830 – 841

Schianetz, K., Kavanagh, L., Lockington, D. "Concepts and Tools for Comprehensive Sustainability for Tourism Destinations: A Comparative Review". Journal of Sustainable Tourism, 2007. Vol 15, No 3, 148-223.

Sencer, M. (1989). Toplumbilimlerinde yöntem. İstanbul: Beta Basım.

Sölvell, Ö. Lindqvist, G., Ketels, Ch. (2003): The Cluster Initiative Greenbook, Stockholm.

Şahin Ü. (2004), "Truva Atı Olarak Sürdürülebilir Kalkınma"

<http://umitsahin.blogspot.com/2006/05/truva-at-olarak-srdrelebilir-kalknma.html>,

erişim: 09.09.2011.

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (1996). Using multivariate statistics (3rd ed.). New York: HarperCollins.

Tavmergen P., "Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği", Hazine Dergisi, 12, (1998), 53-66

Tekeli İ. (1996), Habitat II Konferansı Yazıları, T.C. Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Ankara.

Tezbaşaran A. (2008), Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu, [http://www.academia.edu/1288035/Likert\\_tipi\\_olcek\\_gelistirme\\_kilavuzu](http://www.academia.edu/1288035/Likert_tipi_olcek_gelistirme_kilavuzu), erişim:29.12.2012.

Toksöz, G. Antalya İli İşgücü Piyasası Analizi, Uluslararası Çalışma Örgütü Türkiye Ofisi, 2011.

Toprak D., "Sürdürülebilir Kalkınma Çerçevesinde Çevre Politikaları ve Mali Araçlar", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl/Volume:2 Sayı/Issue 4, Güz, (2006).

Tosun, C. (2001). "Challenges Of Sustainable Tourism Development In The Developing World: The Case Of Turkey", Tourism Management, (2001), 289-303, Elsevier Science Ltd.

Tunalı, İ., (2002). "Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İstihdam Araştırması", Türkiye İş Kurumu İstihdam Durum Raporu.

Turgut, N., "Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Katılımın Rolü", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cemal Mihçioğlu’na Armağan, Cilt 52, Sayı 1-4, (2001), 701-716.

111

Unur K., "Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (3), (2000), 1-17.

Usta, Ö., (2008). Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.

van den Berg, L., Braun, E. ve Winden, W., Urban Studies 2001 38: 185, 2001.

VanVoorhis C. W. ve Morgan, B.L., " Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". Tutorials in Quantitative Methods for Psychology 2007, vol. 3 (2), p. 43-50.

Vatne ve Taylor, "The networked firm in a global world. Small firms in new environments". Burlington: Ashgate.novation (RSI) Group at Steinbeis-Europa-Zentrum, 2008.

Young-Ybarra, C. ve Wiersema, M. 1999. Strategic flexibility in information technology alliances: The influence of transaction cost economics and social exchange theory, *Organization Science*, 10, 439-460.

#### İnternet Kaynakları

Çağlar, E., Türkiye'de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, <http://www.izmirkumelenme.org/phocadownloadpap/turkyede%20yerellesme%20ve%20rekabet%20gucu%20kumelenmeye%20dayali%20poltkalar%20ve%20organze%20sanay%20bolgeler.pdf>, erişim:30.01.2012.

UNWTO, Sustainable development of Tourism Conceptual Definition, 2004, <http://www.world-tourism.org/sustainable/top/concept.html>, erişim, 21.07.2011.

UNWTO, Tourism and Millenium Development Goals, [www.unwto.org/tourism&mdsezine](http://www.unwto.org/tourism&mdsezine), erişim: 10.08.2011.

WTTC. (2002) World Travel and Tourism Council Special Reports.

WTO (2004), World Tourism Barometer, Vol. 2, No: 1.

Yıkılmaz, R.F., Sürdürülebilir Kalkınmanın Ölçülmesi ve Türkiye İçin Yöntem Geliştirilmesi, DPT Uzmanlık Tezi, 2011.

[www.clusterturkey.com](http://www.clusterturkey.com), 02.02.2010

<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,175865/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2012-20.html>, Erişim: 13.11.2017

[www.igd.com.tr/Upload/file\\_4dabdf7bb9a3f.pdf](http://www.igd.com.tr/Upload/file_4dabdf7bb9a3f.pdf), erişim: 08.11.2011.

<http://www2.dpt.gov.tr/bgyu/ipg/akdeniz/antalyaPER.pdf>, erişim: 23.12.2012.

<http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/kalkinma/kalkinma12.pdf>, erişim: 12.10.2011

<http://www.antalya.gov.tr/icerik/12/172/tuik-verileriyle-antalya.html>, Erişim: 10.12.2011.

<http://www.antalyakultur.gov.tr/belge/1-97522/2011-yilinda-ilimize-gelen-ziyaretci-sayisi--12-oranind-.html>, Erişim: 10.12.2011.

<http://www.cevre.metu.edu.tr/node/99>, erişim: 09.09.2011.

<http://www.ipyme.org/esES/SubvencionesAyudas/AEI/OtrasPoliticlas/Documents/MemorandumEuropeoClusters.pdf>, erişim: 11.08.2012

<http://www.smenetworking.gov.tr/detay.cfm?MID=8>, erişim: 03.11.2012

Ventura, K. (2011). AMOS (Analysis of Moment Structures) ve Yapısal Eşitlik Modeli, [http://web.deu.edu.tr/upk15/docs/seminerSunumlari/AMOS%20\(ANALYSIS%20OF%20MOMENT%20STRUCTURES\)%20VE%20YAPISAL%20ESITLIK%20MODELI-YRD.%20DOC.%20DR.%20KETI%20VENTURA.pdf](http://web.deu.edu.tr/upk15/docs/seminerSunumlari/AMOS%20(ANALYSIS%20OF%20MOMENT%20STRUCTURES)%20VE%20YAPISAL%20ESITLIK%20MODELI-YRD.%20DOC.%20DR.%20KETI%20VENTURA.pdf), erişim:04.01.2013

[www.invest.gov.tr](http://www.invest.gov.tr), erişim:10.01.2012.

[www.ttefergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf](http://www.ttefergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf), 23.12.2011.

<http://ekutup.dpt.gov.tr/ab/antlasma/akct.pdf>, erişim: 09.02.2011.

[www.antalyakultur.gov.tr](http://www.antalyakultur.gov.tr), 2011, erişim:22.03.2011.

[www.kalkinma.gov.tr/.../İŞKUR\\_Türkiye\\_İstihdam\\_Durum\\_Raporu.p...](http://www.kalkinma.gov.tr/.../İŞKUR_Türkiye_İstihdam_Durum_Raporu.p...), erişim:22.03.2011.

[www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), 2010, erişim:22.03.2011.

[w2.aib.gov.tr/html/sunum/sunum4.ppt](http://w2.aib.gov.tr/html/sunum/sunum4.ppt), 2010, erişim:15.02.2012.

[www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/Download/10376/tez-falsac.pdf](http://www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/Download/10376/tez-falsac.pdf), erişim: 3.1.2013