

## Turizmde Kümelenme ve Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkileri (Ayvalık'ta Kümelenme Potansiyeli ve AYTUGEB Örneği)

Doç. Dr. Ayhan Gökdeniz<sup>1</sup>\*

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Ayvalık Meslek Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir

\* Sorumlu Yazar:

\*E-mail: aygokdeniz@yahoo.com

Geliş Tarihi: 11 Ekim 2015

Kabul Tarihi: 26 Kasım 2015

### Özet

Ülkemizde turizm faaliyetlerine bir bütünlük içerisinde bakıldığında turizm çeşitliliğinin sağlanamadığını söyleyebiliriz. Turizmle ilgili yapılan faaliyetlerin büyük bir bölümünün Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaştığını ve turizmde çeşitliğin sağlanamadığını görebiliriz. Oysaki diğer bölgelerimizdeki turizm potansiyeli, doğru tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ile birlikte yapıldığında bu bölgeler için de kalkınmada öncelikli sektör turizm olabilir. Bu bölgelerdeki potansiyel turizm kümelenmesiyle aktif hale getirilebilir. Turizm kümelenmesinin bölge içinde kalkınma odağı haline gelmesi, sektördeki maliyetleri düşürecek, sektörün rantabilitesini artıracak ve dolayısıyla turizmden elde edilen gelirleri artıracaktır. Bölgesel gelirin artması, turizm ve bağlantılı sektörlerin gelişmesiyle bölge içinde yerel istihdamı artıracaktır. Rekabet gücünün artması daha fazla turistini bölgeye çekilmesini beraberinde getirecek bir olgudur. Bu gelişmeler turizm kümelenmesinin bölgesel kalkınma üzerindeki faydalarından birkaçıdır.

**Ayvalık**, sahip olduğu kültürel ve doğal yapısı ile bölgenin ve ülkemizin önemli turizm merkezlerinden biridir. Ayvalık, doğal güzellikleri, plajları, tarihi ve kültürel mekânları, iklimi ve adaları ile birlikte turizm potansiyeli yüksek yörelerden birisidir. İlçenin doğal güzelliklerinin yanı sıra Ayvalık merkez ve Ali Bey Adası'ndaki neo-klasik sivil mimari örneklerinin oluşturduğu kent dokusu da turizm arzını zenginleştirmektedir.

Ayvalık Turizm Geliştirme ve Alt Yapı Hizmet Birliği (**AYTUGEB**); 5355 sayılı Mahalli İdareler Birliği Yasası çerçevesinde 2009 yılında Ayvalık'ta kurulan bir turizm birliğidir. Birlik Meclisi; 18, Birlik Encümeni ise; 7 kişiden oluşmaktadır. AYTUGEB; bölgede 19 turistik oteli, 38 butik oteli, 9 belediye belgeli oteli, 5 seyahat acentasını, 3 yat şirketine ait 16 günübirlik gezi teknesi, yöresel mutfağı ön plana çıkaran 16 restoranı ve 4 sualtı dalış okulunu bünyesinde barındıran ve temsil eden yöresel bir turizm birliğidir. Ayvalık ve bölge turizminin gelişmesi ve kalkınması için ana faaliyet alanını turizm kümelenmesi üzerine kurmuş ve yerel istihdama önem vermiş ve Kalkınma Ajansları üzerinden bugüne kadar 4 ciddi proje yönetmiş ve bitirmiştir.

**Anahtar Kelimeler; Turizmde Kümelenme, Bölgesel Kalkınma, Ayvalık ve AYTUGEB**

## Clustering in Tourism and Its Impact on Regional Development (Clustering Potential in Ayvalık and the AYTUGEB Exaple)

### Abstract

When the tourism activities in Turkey are considered as a whole, it can be argued that diversity in tourism has not been achieved so far in the country. The majority of tourism-related activities are obviously concentrated in the Marmara, Aegean, and Mediterranean regions, without much diversification in terms of the types of such activities. However, thanks to the tourism potential in other areas of Turkey, combined with the right promotion and marketing activities to be accomplished, tourism can be one of the priority sectors for development in these regions, as well. Tourism clusters can stimulate tourism potential in these regions. Rendering clustering in tourism the focus of development in these regions can reduce costs in the industry, increase the sector's profitability, and thereby, increase the revenues derived from tourism. Increased regional incomes as well as the development of tourism and related sectors may increase local employment in these regions. Increased competitiveness will be another advantage that could bring more tourists to these regions. These developments are just a few of the benefits of tourism clusters in regional development.

With its cultural and natural structures, **Ayvalık** is one of the most important tourism centers of the North-West Aegean Region and Turkey. The natural beauty, beaches, historic and cultural venues, climate, and islands of Ayvalık make this district one of those with the highest tourism potential. Apart from the natural beauties of the district, the urban fabrics composed of neo-classical examples of civil architecture in the Ayvalık town center and on the Ali Bey Island also enrich the tourism supply in this region.

The Ayvalık Tourism Development and Infrastructure Service Association (**AYTUGEB**) is a tourism association established in 2009 under the Associations of Local Governments Act No. 5355. The Assembly of the Association consists of 18 members whereas the Association Council is composed of seven individuals. AYTUGEB is a regional tourism association that incorporates and represents 19 tourist hotels, 38 boutique hotels, nine municipality-certified hotels, five travel agencies, 16 day-trip boats belonging to three yachting companies, 16 restaurants highlighting the local cuisine, and four scuba diving schools. The association has identified its main activity area as clustering in tourism to ensure further development and improvement of tourism in Ayvalık and in the region as a whole, with particular emphasis on local employment, and has managed and completed four significant projects so far through and with support from Development Agencies.

**Key words: Clustering in Tourism, Regional Development, Ayvalık and AYTUGEB**

## GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler insanları ekonomik, sosyal ve siyasal birçok alanda etkilemiştir. Küresel ekonomide önemli bir konuma sahip olan hizmet sektörü aynı zamanda ulusal ekonomiler için de son derece yaşamsal değer taşımaktadır. Hizmet endüstrisinin yükselen yıldızları arasında yer alan turizm sektörünün ülkeler açısından önemini her geçen yıl daha da artırmaktadır. 1980'lerin ortalarından itibaren hızlı bir gelişim sürecine girerek ülkemiz ekonomisinde önemli bir konuma yükselen turizm sektörü, dünya sıralamasında da büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Günümüzde, ülkemizin hizmet endüstrisi içinde lokomotif sektör olarak öne çıkan turizm, tüm endüstri dalları arasında da ilk sıralarda yer almaktadır. Küreselleşme, ülkelerin liberalleşme politikalarını, turizm sektörüne yönelik teşvikleri ve pazarlama stratejilerini baştan aşağıya değiştirmiştir. Bu değişikliklere hızlı adapte olan güçlü ekonomiler küreselleşmeden daha az etkilenmişler ve ülke vizyonlarını yeni gelişmeleri dikkate alarak çizmeye başlamışlardır. Örneğin; turizmin her ekonomiye sağladığı döviz girdisi ve yerel istihdamdan fazlasıyla faydalanmışlardır. Turizm sektörünün ülke ekonomilerine her anlamda ciddi katkıları olmaktadır ama en temel katkısı ödemeler dengesine döviz girdisi sağlayarak açıkları kapatması ve özellikle genç istihdamı özendirmesidir.

Turizm Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir. Dünya turizm gelirleri sıralamasında ülkemiz 12., turist sayısında 6. sırada bulunması Türkiye'de turizmin önemini ortaya koymaktadır. 2012 yılı itibarıyla turizmin GSMH'daki payı %3,7 olarak gerçekleşmiştir. Bunun yanında turizmin çarpan etkisi düşünüldüğünde turizmin milli gelir içinde ne derece önemli olduğu görülmektedir. Turizm gelirlerinin ülkemizin dış ticaret açıklarına oranı da dikkat çekici bir husustur. Zira 2012 yılı itibarıyla turizm gelirlerimiz dış ticaret açığımızın % 34,9'unu karşılamaktadır. Turizm, doğrudan ve bağlantılı sektörler aracılığıyla ülkemiz insanlarına birçok iş alanı açmaktadır. Ülkemizde turizm istihdamı toplam istihdamının % 8'ini oluşturmaktadır. Turizmin artan önemi karşısında bu pastadan daha fazla pay almak isteyen ekonomiler turizm gelirlerini artırmak için çeşitli stratejiler ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda; Porter'in ünlü Elmas Modeli ile birlikte kümelenme kavramı çeşitli sektörlerde uygulanmaya başlanmış ve daha sonra turizm sektöründe de uygulama alanı bulmuştur.

Ülkemizde turizm sektöründen beklenen performansın (hem turizm gelirleri hem de turist sayıları) artması için diğer sektörlerde uygulanmaya başlanan kümelenme çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Kümelenmenin sektörlerin kalkınmasındaki rolüyle turizmin ülke ekonomisine etkisi birlikte düşünüldüğünde oluşturulacak bir turizm kümelenmesi ile turizmden elde edilen gelirlerin artacağını söyleyebiliriz. Bu çerçevede CAT'ın Türkiye'nin Rekabet Avantajı Projesi ile başlayan kümelenme projesi URAK adı altında kurumsallaşmış ve Türkiye'de kümelenme çalışması sürecinde önemli görüşleri bulunan Prof. Porter'in ekibinden eğitimler alınmıştır. Daha sonra Porter'in asistanı Dr. Rudkovskaya ile birlikte Türkiye için kümelenme çalışmalarına hız verilmiş ve Türkiye'de turizm alanında yapılan Sultanahmet Turizm Kümelenmesi ile ilk kümelenme uygulamasına geçilmiştir.

## KÜMELENME ve TURİZMDE KÜMELENME KAVRAMLARI

Harvard Üniversitesi'nden Michael Porter; kümelenmeyi (cluster), birbirlerine katma değer ekleyen üretim zinciri ile bağlı, karşılıklı bağımlı firmalar(özelleşmiş tedarikçileri de içerir biçimde), bilgi üreten kurumlar (üniversiteler, araştırma kurumları, mühendislik şirketleri), destekleyici kurumlar (acenteler, danışmanlık şirketleri, sivil toplum kuruluşları-STK, bankalar, sigorta şirketleri) ve müşteriler tarafından oluşturulmuş ağ (network) olarak tanımlamıştır. Diğer bir deyiş ile kümelenmeyi, belirli bir endüstride birbiri ile ilişkili şirket ve kurumların coğrafi yoğunlaşmaları olarak tanımlayabiliriz.

Bir diğer tanımda ise kümelenme, gerek küçük gerekse büyük firmalar ve bölgeler düzeyinde rekabetçi yapılar oluşturulmasını sağlayan ve çağdaş kavramları içeren bir yaklaşım olması noktasında yerel yönetimleri, kamu otoritelerini, özel kuruluşları, araştırma kurumlarını, sivil toplum kuruluşlarını ve toplumun diğer ilgili kesimlerinde yer alan oyuncuları bir araya getirmektedir. Böylece planlamalar ve uygulamalar, merkezîyetçilikten çıkıp yerel oyuncuların katılımı ile gerçekleştirilmektedir. (Karadal, Gündoğdu, 2012:6)

Kümelenmeler; derinliklerine ve özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir. Bununla birlikte, çoğunluğu son ürün ve hizmet üreticilerini, özelleşmiş girdi, parça, makine ve servis sağlayıcılarını, finansman kuruluşlarını ve ilgili kuruluşları da içermektedir. Aynı zamanda müşterileri, tamam-

**Tablo 1:** Dünya Turizmi İçinde Türkiye Turizmi (Turizm Gelirleri ve Turist Sayıları)



layıcı ürün üreticilerini, özelleşmiş altyapı sağlayıcılarını, eğitim, bilgi, araştırma ve teknik destek sağlayıcı kamu kurumlarını ya da diğer enstitüleri, standart koyucu-düzenleyici acenteleri-kuruluşları ve kümelenme üyelerini destekleyecek diğer özel sektör ve ticari birliklerini de içermektedir. Kümelenmeler rekabeti üç ana yoldan etkilemektedir; bunlardan ilki kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğini artırır. İkincisi; gelecekte verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliği yönlendirirler. Son olarak; kümelenmenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik ederler. (Eraslan, Bulu, 2010:10)

Kümelenmenin bir diğer avantajı ise; firmaların gelişimleri ve uluslararası arenada daha rekabetçi hale gelmeleri yolunda, gerekli gördükleri temel istekleri veya çözülmesini bekledikleri ortak sorunları belirlemenin kolaylaşmasıdır. Ortak istek, problem ve eksikliklerin belirlenmesi, firmalara destek sağlayacak devlet vb. aktörlerin de daha sağlıklı hareket etmelerini sağlayıp, daha efektif kararlar almalarına yardımcı olmaktadır. Böylelikle firmaların gelişim hızı daha da artmaktadır. (Bozkurtoğlu, 2013:5)

Türkiye’de uluslararası rekabette avantaj sağlama üzerine gerçekleştirilen özel ve kamunun yaptığı çalışmalar henüz 10 yıllık bir geçmişe dayanmaktadır. Bu yapılan çalışmaların sadece son beş yıldır daha gerçekçi bir şekilde ortaya konduğunu söyleyebiliriz. Türkiye’de ilk kez gündeme gelen rekabet avantajı elde etme gerekliliği 1999 yılında Competitive Advantage of Turkey (CAT), Türkiye’nin Rekabet Avantajı Projesi ile başlamış olup 2004 yılında bu proje kurumsallaştırılarak Uluslar arası Rekabet Avantajları Kurumu’nun (URAK) kurulmasıyla bu konu gerçek ilgiyi görebilmiştir. CAT ekibi yaptığı araştırmalar sonucunda Türkiye’de turizm sektörünü uluslararası rekabet edebilir bir sektör olarak belirleyerek turizm kümelenmesini pilot çalışma olmasına karar vermiş daha sonra da ilk kümelenme çalışması olarak Sultanahmet bölgesinde kümelenme çalışmaları başlatılmıştır.

## TURİZMDE KÜMELENME POTANSİYELİNİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ

Bölgesel dengesizliklerin nedenleri olarak kaynakların bölgeler içerisinde eşit dağılmaması, bölgelerdeki sermaye yetersizliği ile girişimcilik ruhu eksikliği gibi kültürel ve ekonomik özellikler sayılabilir. Bölgesel dengesizlikler ekonomik, sosyokültürel ve siyasal birçok olumsuzluklara neden olmaktadır. Bunlardan bazılarını gelişmiş bölgelere göçlerin artarak buralarda çarpık kentleşmeye yol açması, gizli işsizlik, bölgede efektif talebin yetersizliği, altyapı yetersizliği, sosyal hizmetlerin yetersizliği, toplumsal huzurun ve barışın bozulması, kır kent dengesinin bozulması şeklinde sıralayabiliriz. Son yıllarda bu olumsuzların giderilmesi için çeşitli bölgesel kalkınma teorileri ortaya atılmıştır. Bölgesel dengesizliklerin çözümü için teşvik tedbirleri, kamu yatırımları, idari kararlar ve düzenlemeler ile kalkınma ajansları gibi araçlar devreye sokulmuştur. Son yıllarda adından sıkça söz ettiren kümelenme kavramı, sınırlı kaynaklara sahip geri kalmış bölgelerin kaynaklarını daha verimli kullanmasını sağlayarak, bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmada araç olarak kullanılmaktadır.

Kalkınma Bakanlığı tarafından 2011 yılı verilerine göre yapılan İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sırası Araştırması’na göre Çanakkale 0,5999 endeks değeri ile 14. sırada yer alırken Balıkesir, 0,4764 endeks değeri

ile 22. sırada yer almaktadır. TR22 Güney Marmara Bölgesi (Çanakkale ve Balıkesir) ise 26 Düzey 2 Bölgesi içinde 10. sıradadır. Bölgenin sıralamasının 2003 yılında yapılan araştırmada da aynı olduğu görülmektedir. İllerin rekabet edebilirlik seviyesini ölçen URAK iller arası rekabetçilik endeksinde (2009-2010) Balıkesir, 22,39 endeks puanı ile Türkiye’nin en rekabetçi 23. ili; Çanakkale ise 19,25 endeks puanı ile en rekabetçi 33. ili olmuştur. Bölgenin rekabet gücünü meydana getiren alt endeksler incelendiğinde; Erişilebilirlik Endeksi payının Balıkesir’de yüzde 48,46 Çanakkale’de yüzde 35,47 olduğu; Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Endeksinin Balıkesir için yüzde 23,09 Çanakkale için yüzde 23,95 olduğu görülmektedir. Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Endeksinin Balıkesir’de yüzde 16,86 Çanakkale’de ise yüzde 17,31; Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Endeksi’nin Balıkesir’de yüzde 1,16 Çanakkale’de ise yüzde 0,27 ile rekabet gücüne katkı sağladığı tespit edilmiştir (GMKA Mali Destek Programları Başvuru Rehberi, 2015:9-10).

Markalaşma becerisi ve yenilikçilik, ticaret becerisi ve üretim potansiyeli ile beşeri sermaye ve yaşam kalitesi endekslerinin bölgenin rekabetçilik düzeyine katkısı görece zayıftır. Bu nedenle, bölgenin rekabetçilik düzeyinin ve sosyo-ekonomik gelişmişliğinin artırılması için bölgede iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi ile sosyal imkânların artırılmasına yönelik altyapının güçlendirilmesi gerekmektedir. GMKA’nın temel amacı; TR 22 Güney Marmara Bölgesi’nde iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesine, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına ve sosyal imkânların zenginleştirilmesine katkı sağlayacak altyapının güçlendirilmesi yoluyla sosyo-ekonomik gelişimin hızlandırılmasıdır. TR22 Bölgesi’nde 2004 yılında tarım sektöründe yüzde 47 olan istihdam oranının 2013 yılına gelindiğinde yüzde 36,3’e kadar düştüğü görülmektedir. Aynı dönemde hizmet sektöründeki istihdam yüzde 36,8’den yüzde 44,4’e çıkmıştır. Yani bölgede tarım sektöründeki istihdam oranındaki düşüşe paralel olarak hizmet sektöründe bir artış gerçekleşmiştir. Ancak sanayi sektörü istihdam oranları ülke ortalamasının oldukça altındadır. 2004-2013 döneminde sanayi sektörü istihdamı yüzde 15,5’ten yüzde 19,3’e çıkmıştır. Ancak bu oranlar ülke ortalamasının oldukça altında yer almaktadır. Örneğin; 2013 yılında Türkiye’de sanayi sektörü istihdam oranı yüzde 26,4’tür. Bölgede istihdam konusunda tarım sektöründen hizmet sektörüne bir kayma söz konusudur. Uzun yıllardan beri bölgede istihdam konusunda önde gelen tarım sektörü, hizmet sektöründeki gelişmeyle ikinci sıraya gerilemiştir. Bu durum bölgedeki istihdam profilinin değiştiğini göstermektedir. Ancak sanayi sektörü bu dönüşümden yeterince pay alamamıştır. Kalkınmanın motoru olarak nitelendirilen sanayi sektörünün toplam istihdam içindeki payının yükseltilmesi için aktif istihdam politikalarının uygulanması gerekmektedir. Ayrıca, bölgede kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 30,4 gibi düşük bir seviyededir. Türkiye’de yüzde 25,3 olan genç işsizlik oranı bölgede de yüksek seyretmektedir. Bu sebeplerle, özellikle tarım sektöründen ayrılanlar, kadınlar ve gençler (15- 29 yaş) olmak üzere çalışma çağındaki nüfusun sanayi sektöründe istihdam edilebilirliğinin ve istihdamının artırılması bölgenin dönüşüm sürecinin etkin yönetilmesine katkı sağlayacaktır (GMKA Mali Destek Programları Başvuru Rehberi, 2015:9-10).

Toplumun tüm kesimlerinin hayat standartlarının yükseltilmesi ve sahip olunan potansiyelin değerlendirilerek daha nitelikli birey ve güçlü toplum yapısına sahip olunması TR22 Güney Marmara Bölgesi’nin başlıca kalkınma hedefleri arasında yer almaktadır. Toplumun en kırılğan kesimlerinin güçlendirilmesi, toplumun farklı kesimleri arasında dayanışma-

nın geliştirilmesi, toplumsal hayata katılımda güçlük çeken dezavantajlı grupların ekonomik ve sosyal hayata katılımlarının artırılması bütüncül bir toplum yapısı tesis edilmesinden kaynaklıdır. Ayrıca, bölgenin kalkınmasında önemli bir role sahip sivil toplum kuruluşlarının etkinliğinin artırılması toplumsal sorunların işbirliği içinde çözümü, fırsatların değerlendirilmesi ve sosyal dayanışmanın pekiştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Bölgeler arasında gelişmişlik farklarının azaltılması, dengeli büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için turizm sektörüne önemli görevler düşmektedir. Ülkemiz doğal zenginlikleri itibarıyla zengin bir ülke olmakla birlikte bölgeler arasında gelişmişlik farklılıkları olan bir ülkedir. Son yıllarda popüler bir kavram olan kümelenmenin turizm sektöründe uygulanması ile kümelenme sonucunda oluşacak uzmanlaşma, işbirliği, sinerji ve inovasyonla birlikte turizmin bölgesel kalkınmaya yapacağı etki süreci hızlandırabilir. Zengin turizm potansiyeline sahip geri kalmış bölgelerde kümelenme sayesinde turizm potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılması sağlanarak, bölgenin kalkınma hızı artırılabilir (Bulu, 2012). Bunun en güzel örneği; Sultanahmet Turizm Kümesidir. Bu başarılı örneklerden sonra Türkiye’de bu alanda yapılan kümelenme çalışmaları; MEVKA Bölgesi Turizm Kümesinin, Kapadokya Turizm Kümesinin, Antalya

Bölgesi Turizm Kümesinin, Muğla Turizm Kümesinin, Mardin Turizm Kümesinin, Bolu Turizm Kümesinin’dir. Bu çalışmaların ortak noktası yapılan analizlerle bölgedeki turizm potansiyelinin belirlenmesi ve bu potansiyelin kümelenme faaliyeti sonucunda nasıl aktif hale getirileceği konusunda araştırmalar yapılmasıdır.

Ülkemizdeki turizm faaliyetlerine bakıldığında turizm çeşitliliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Turizmle ilgili çalışmaların büyük bir bölümünün Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgeleri’nde yoğunlaşmış olması turizmde çeşitliliğin sağlanamadığını doğrular niteliktedir. Oysaki geri kalmış bölgelerimizdeki turizm potansiyeli, doğru tanıtım ve pazarlama faaliyetleri sonucunda söz konusu bölgenin kalkınmasında lokomotif görevi üstlenebilir. Bu potansiyeli kümelenmeyle birlikte aktif hale getirilmesi halinde geri kalmış bölgelerdeki ekonomik kalkınma turizmin yaklaşık 50-55 sektörü harekete geçireceği düşünüldüğünde çarpan etkisiyle artacaktır. Turizm kümelenmesinin bölge içinde kalkınma kutbu oluşturması, turizmden elde edilen gelirlerin artmasıyla bölgesel gelirin artması, sektörün verimliliğini artırması, sektördeki maliyetleri düşürmesi turizm ve bağlantılı sektörlerin gelişmesiyle bölge içinde istihdamın artması, rekabet gücünün artmasıyla daha fazla turist bölgeye çekilmesi, sosyo-kültürel kalkınma sağlanması turizm kümelenmesinin bölgesel

#### Turizm Kümelenmesi Kalkınma Modeli



**Kaynak:** Gökhan Kartal (2013), Bölgesel Kalkınmada Kü-melenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi, S.194

kalkınmaya etkilerinden birkaçıdır (Kartal, 2013:194).

Turizm kümelenmesi yardımıyla bölgesel kalkınma sağlanmasının aşamaları **Şekil 1**'de ifade edilmiştir;

Turizmde kümelenme potansiyelinin bölgesel kalkınmaya etkilerini ana başlıklar halinde aşağıdaki gibi vermemiz mümkündür;

#### **Turizm Kümelenmesi Turistik Destinasyonun Rekabet Gücünü Artırır.**

Kümelenmenin en temel amacı rekabet gücünü artırmaktır. Geri kalmış bir bölgede turizm kümelenmesi çalışması uyguladığında daha önce yapılan analizlerde de görüldüğü gibi bölgedeki turizm faaliyetlerinin kalitesi nitelik ve nicelik olarak artacaktır. Bu durum bölgenin diğer bölgeyle rekabetini olumlu yönde etkileyerek turistlerin tercihlerini kendi bölgeleri lehine değiştirecektir. Böylece turizm kümelenmesinin rekabet gücünü artırmasıyla beraber bölge daha fazla turist çekerek turizmden kazanılan gelirleri artıracaktır. Yapılan araştırmalarda turizmin 50-55 sektöre girdi alıp, girdi verdiğini ortaya koymuştur. Bir sanat galerisine veya müzeye giren bir yabancı turist, yöre ekonomisine bıraktığı bir dolar bu ekonomide çarpan etkisi yaratarak daha büyük bir hacimle bölge ekonomisinden çıkacaktır. Zirveden aşağıya bırakılan bir kar topunun dağıtım eteklerinde büyük bir yumağa dönüşmesi olarak açıklanan ekonomide çoğaltan ve/veya çarpan etkisi bölge ekonomisinde de görülecek ve yöredeki ekonomik kazanç ve refah artacaktır.

#### **Turizm Kümelenmesi Turistik Destinasyondaki İstihdamı Artırır.**

Bir turistik bölgede turizm kümelenmesi ile yerel kuruluşlar ve STK'lar ile gerçekleştirilecek olan bilgi alış-verişi, tecrübe aktarımı ve ağ kurma faaliyetlerinin frekansı artacaktır (Nordin, 2003). Turizm kümelenme çalışmaları bölgede turizm paydaşları arasında bir sinerji yaratacak ve benzer projelerde aynı aktörlerin bir araya gelmesi kolaylaşacaktır. Bölge turizmi ile ilgili yapılacak çalışmalarda yörenin güçlü aktörleri ve STK'ların bir araya getirilmesi sağlanacaktır. Bu projelerin sürdürülebilirliği noktasında proje ile sağlanabilecek başarı öyküleri de yörede birer çarpan etkisi oluşturacaktır. Ayrıca; turizm kümelenmesi sayesinde hem girdiler hem de nitelikli işgücü temini kolaylaşacaktır. Tedarikçi, kalifiye işgücü ve destekleyici kurum ve hizmetlerin bulunması yeni turizm işletmelerinin kurulmasını teşvik etmektedir. Bilgi ve enformasyonun hızlı akışı, ekonomik faaliyetlerin daha dinamik ve iş olanaklarının çoğalmasını sağlayacaktır. Bunun sonucunda bölgede turizm sayesinde birçok iş imkanı meydana gelecek ve doğrudan istihdam edilen kişi sayısı artacaktır. Ayrıca turizmle bağlantılı diğer sektörlerde de istihdam artacaktır. Bunun en güzel örneği Sultan Ahmet Turizm Kümelenme örneğidir. Bu örnekte küme içerisinde çalışan ortalama işgören sayısı 12'den 18'e çıkmıştır. Turizmde domino etkisi olarak da belirtilen bu süreçte turizm kümelenmesi sayesinde turizm ürününün kalitesi artacak, bu durum ise bölgeye gelen turist sayısını artıracaktır. Artan turist sayısı sayesinde işletmeler daha fazla eleman istihdam etmek zorunda kalacaktır.

#### **Turizm Kümelenmesi Bölgesel Gelirin Artmasını Sağlayacaktır.**

Ülkemizde tam anlamıyla uygulanan ve sonuçlarını veren turizm kümelenmesi örneği Sultanahmet Turizm Kümelenmesidir. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi ile elde edilen kazanımlar ışığında gelişmekte olan bölgelerimizde uygulanması muhtemel turizm kümelenmesi çalışmasıyla elde edi-

lecek kazanımlar tahmin etmek mümkündür. Bu çerçevede Sultanahmet Turizm Kümelenmesi sonucunda meydana gelen olumlu sonuçlar incelendiğinde aynı kümelenme çalışmalarının geri kalmış bölgelerimizde uygulanması durumunda bölgede gelir artışı meydana gelmesi muhtemeldir. Buna göre Sultanahmet Turizm Kümelenmesi'nde tüketicilerinin yıllık ciroları 400.000 dolar'dan 1.000.000 dolara yükselmiştir. Turistlerin ortalama kalış süreleri 2 günden 3 güne çıkmıştır. Turistlerin günlük harcama tutarları ortalama 50 dolardan 80 dolara çıkmıştır. Talepte meydana gelen artışa paralel olarak otel odalarının ücreti 20 dolardan 40 dolara yükselmiştir. 1999 yılındaki olumsuzluklardan oldukça etkilenen Sultanahmet bölgesi başarılı bir kümelenme politikası sayesinde Türkiye'nin en başarılı turizm kümelenmesi örneği olmuştur (Kartal, 2013:200)

#### **Turizm Kümelenmesi Bölgede Kalkınma Kutbu Oluşturacaktır.**

Turizm katma değer yoluyla bölge ekonomisine çok büyük katkıları olmaktadır. Turistik ürünün milli gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi, diğer sektörel üretimden yüksek olduğundan kalkınma için büyük bir önem arz etmektedir. Turizm sektörü taşıdığı özellikler nedeniyle 35 sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani turizmin gelişmesi demek aynı zamanda bu 50-55 sektörün de gelişmesi anlamına gelmektedir. Perroux tarafından ortaya atılan Kalkınma Kutbu Teorisi'nin özüne, kalkınma potansiyeli olarak belirlenen sektörün desteklenerek geliştirilmesi, o sektör sayesinde toptan bir ekonomik yükselme sağlanabileceği temeline dayanmaktadır. Ülkemiz açısından da düşünüldüğünde bazı bölgelerimizin kalkınmasında turizmin çok önemli rolü olduğu açıktır. Bunun yanında zengin turizm potansiyeline sahip olup halen istenildiği seviyede kalkınmamış birçok bölgemizde vardır. Turizm potansiyeli olup bunu kullanamayan bölgelerimizde turizm öncü sektör olarak belirlenerek kalkınma kutbu oluşturulabilir (Kartal, 2013:198).

#### **Turizm Kümelenmesinin Bölgede Sosyo-Kültürel ve Benzer Etkileri Görülecektir.**

En çok enerji tüketen sektörlerden biri olan turizm, son yıllarda enerji tasarrufu, doğal kaynakların korunması ve çevresel yönetim gibi konulara ağırlık vermektedir. Böylece turizm işletmelerinin, **değişen tüketici tercih ve beklentilerine** uygun, çevreye saygılı ürünler sunabilmeleri ve tüketici gözünde iyi bir imaj oluşturabilmeleri mümkün olmaktadır. Son yıllarda turizm sektöründe de "ekolojik işletmecilik" yaygınlaşmaktadır. Bu işletme anlayışının temel kriterleri; doğal çevreye bağlılık, ekolojik sürdürülebilirlik, katı atık yönetimi, çevresel eğitim programlarının uygulanması, bölgedeki kültürel aktörlerle işbirliği ve yöresel ekonomiye katkı sağlanması olarak belirlenmiştir. (Marie, Hammer and Townsend, 1993:25). Turizm sayesinde bölgede çevre bilincinin gelişmesine ortam hazırlanarak sürdürülebilir bir çevre modeli gelişecek ve kalkınma sürecinin gelişmesine neden olacaktır. Bu çerçevede bölgede yapılan turizmde kümelenme faaliyetleri birçok alanda yöre ekonomisine, sosyo-kültürel yapısına katkı sağlayacaktır. Örneğin; yerel halk evlerini pansiyon olarak yer yabancılarına kiraya vererek gelir elde edecek veya büyük kent ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılmasıyla hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımı sağlanacaktır. Ayrıca bölgede turizm kümelenmesi ile sağlanacak istihdam ile yöre insanları yerinde istihdam edilerek büyük şehirlerin yükü hafifletilecektir. Yörenin sahip olduğu gele-

nekler ve görenekler (örneğin yerel mutfaklar, yöresel kıyafetler vb gibi) bölge için birer çekim unsuru olacak hatta bu unsurlarının zenginliği aynı zamanda bölgenin de gelişim aşamalarını hızlandıracaktır (Oğuztürk, Sariçoban, 2013:98). Turizmin gelişmesi iyi hazırlanmış bir alt yapıya bağlı olduğundan başta yörede yol, su, elektrik, kanalizasyon, otopark ve haberleşme gibi fiziksel alt yapı hizmetleri gibi hizmetler turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak gelişecek böylece yörede fiziksel alt yapı sorunu da ortadan kalkacaktır. Küme içerisindeki rekabetin ve işbirliği içerisinde girme zorunluluğu inovasyonu özendirir. Turizm kümelenmesi içerisinde teknoloji çok hızlı yayılacaktır. Zincir içerisinde bulunan birçok firma tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabilme kapasitesini artırır. Kümenin gelişmesiyle yeni firmaların kurulması ve piyasaya girmesi özendirilerek bölgedeki turizm endüstrisi geliştirilebilir.

## AYVALIK BÖLGESİ'NDE TURİZM POTANSİYELİ ve AYVALIK TURİZM GELİŞTİRME ve ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ (AYTUGEB)

### Ayvalık Bölgesi'nde Turizm Potansiyeli ve Öne Çıkan Turistik Ürün Grupları

**Ayvalık**, sahip olduğu kültürel ve doğal yapısı ile bölgenin ve ülkemizin önemli turizm merkezlerinden biridir. Özellikle büyük metropollere ulaşım kolaylığı nedeni ile iç turizmde tercih edilen **Ayvalık**, sadece yaz aylarında değil, sezon dışında da hafta sonu turlarda önemli bir yere sahiptir. Ayvalık, doğal güzellikleri, plajları, tarihi ve kültürel mekânları, iklimi ve adaları ile birlikte turizm potansiyeli yüksek yörelerden birisidir. İlçenin doğal güzelliklerinin yanı sıra Ayvalık merkez ve Cunda Adası'ndaki neo-klasik sivil mimari örneklerinin oluşturduğu kent dokusu da turizm arzını zenginleştirir. Esas itibarıyla ilçe açık bir müze görünümündedir. Ayrıca, çevre il ve ilçelerde bulunan antik kentler de turizm açısından büyük önem taşımaktadır.

Ayvalık'ta 3 aylık turizm sezon süresini 6-7 aya çıkartmak, yörenin ulusal ve uluslararası kültür, turizm ve sanat alanında daha fazla tanınırlığını sağlamak, özellikle ölü sezon olarak tarif edilen (Mart-Nisan-Mayıs ve Eylül-Ekim) aylarda yörede birtakım etkinlikler (yemek festivalleri, fuarlar ve paneller gibi) yaparak otel doluluklarını artırmak ve katma değer yaratmak için 3 ürün grubu yapılan araştırmalarda öne çıkmıştır. **Bunlar; kültür turizmi, kongre turizmi ve gastronomi turizmidir.**

**Kültür turizmini** oluşturan esas 'kültürel miras'tır. Günümüzde kültürel miras kavramı giderek, sanat dışı faaliyet alanları da dâhil olmak üzere, yeni varlık ve faaliyet kategorilerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. UNESCO, kültürel mirası, her türlü tarihi anıt ile geleneksel ve popüler kültürü ya da halk kültürünü ve sanat dışı faaliyetleri de kucaqlayan somut ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere çeşitlendirmiştir. Kültür turizminin ayrılmaz bir parçası da tarih turizmidir. Tarih bilimi diğer bilim dallarından farklı olarak birçok insanın günlük yaşamının içerisinde ve ilgi alanındadır. Bu ilgi her geçen gün artmaktadır (Karadal, Gündoğdu, 2012: 159). Ayvalık merkez ve Cunda Adası'ndaki neo-klasik sivil mimari örneklerinin oluşturduğu kent dokusu yörenin kültürel mirasını ve turizm arzını zenginleştirir. Cunda Adası'nda ve Ayvalık şehir merkezinde "old city" denilen mekanlarda **tescilli 1800 civarında tarihi bina** vardır. Bu binaların restore edilmesi ve sokak iyileştir-

melerin yapılması bambaşka bir turistik ürünün ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Yurt içi ve dışından özellikle kültür turizmi meraklıları, fotoğrafçılar ve potansiyel turistler bu kent dokusunu görmek için Ayvalık'a yılın herhangi bir ayında gelmek isteyeceklerdir. **Bu noktada;** öncelikle kültür turizmi için seyahat eden, gittiği kentin tarihi dokusu içinde yaşamak isteyen, çevreye dikkat eden ve çoğunlukla kendi seyahatini bireysel olarak düzenleyen gezginlerin ihtiyacını **butik oteller** karşılamaktadır (Gökdeniz, 2015:118). Başka bir deyişle, **butik oteller** diğer büyük otellere göre hedef kitlesi tamamen farklı olan turist grupları tarafından tercih edilen işletmelerdir. Bugün tüm dünyada, özellikle Akdeniz Bölgesi'nde otellerde uygulanan her şey dahil sistemi; işletmeler, yöresel ekonomiler ve nitelikli işgücü açısından ciddi sıkıntılar oluşturmaktadır. Bu bağlamda, özellikle internet yardımıyla artık alternatif konaklamada amaç daha nitelikli turisti çekmektir. Yine önemli tatil siteleri yardımıyla (**tripadvisor, booking.com, tripbase ve travelife gibi**) internetten gideceğiniz sokağa kadar her yeri görebileceğiniz (**google.map gibi**) portal yardımıyla tatil yeri bulma, seçme ve satın alma işlemi oldukça kolaylaşmıştır. Diğer bir deyişle; **tatil bireyselleşmiş ve aynı zamanda özgürleşmiştir.** Özgür seyahat ve tatil kullanıcıları; ağırlıklı olarak gittikleri noktalarda ev kiralama veya küçük otellerde (özellikle butik otellerde) kalmayı tercih etmektedirler. Bu trend önümüzdeki onlu yıllarda özellikle **sosyal medyanın** da katkısı ile artacak gibi görünmektedir. Bu eğilimin bir diğer artma nedeni ise; **mobil teknolojilerdir.** 'Milenyum gençliği' olarak tanımlanan grupların mobil teknolojilere talebi her geçen gün artmaktadır. Bu gruplar; **bağımsız hareket etmekte, sosyal medyayı ve mobil teknolojileri çok iyi kullanmakta ve çevreye duyarlı uygulamaları** aramaktadırlar. Bu talebi gören ve işletmelerini özellikle ekolojik uygulamalara açan **butik otel işletmeleri; bu sektörün yeni moda markaları** olacaktır.

İkinci öncelik verilmesi gereken turizmi türü; **kongre turizmi ve türevleridir.** Ulusal ve uluslararası kongre turistlerin bölgeye çekilmesi için öncelikle yapılması gereken bölgede acilen kongre merkezlerinin açılması veya mevcutlarının kapasitelerinin artırılmasıdır. Bu turizm türü de yılın her mevsiminde yapılabilme özelliğine sahiptir. Bu turizm türüne katılan tüketiciler de harcama potansiyeli yüksek kişilerdir. Kongre oturumları dışında kalan zamanlarını gittikleri destinasyonda geçirmekte, günlük tekne ve şehir turları satın almakta ve yöresel mutfakları tercih etmektedirler. Ayvalık; bu açıdan **kongre turistlerin** günlük ihtiyaçlarını ve boş zaman sürelerini geçirme aktivitelerine sahip **zengin bir destinasyondur.**

**Son olarak öncelik verilmesi gereken turizmi türü ise; gastronomi turizmidir.** Gastronomi, bir bölge için önemli bir çekicilik özelliği taşımakta, bazı turistlerin bir bölgeyi tercih nedenleri arasında ilk sırada yer almakta ve turistlere tatil ve gezileri esnasında yeni tatları ve farklı gelenekleri tanıtmada önemli rol oynamaktadır. Türkiye'de Akdeniz mutfağının önemli bir göstergesi olan **Kuzey Ege Bölgesi** ve bu bölgenin içinde yer alan Ayvalık mutfağı gastronomi turizmi açısından ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda **Ayvalık gastronomi geçmişi** ve Akdeniz mutfağındaki zenginliği ile dikkat çekmektedir (Gökdeniz, 2015:69). Kendine özgü ve farklı yemek kültürünü birleştiren Ayvalık mutfağının gastronomi turizmi alanında zengin bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Coğrafi ve çevre koşulları ile **Kuzey Ege Bölgesi**, Akdeniz mutfak kültürünün yaşatıldığı ender yerlerden biridir. Kuzey Ege mutfağı, içerisinde yer alan Ayvalık mutfağı kendine özgü tatları ve çeşitleri ile her geçen gün **gastronomik bir rota** olma yolunda hızla ilerlemektedir. Bu

bağlamda, Ayvalık ile ilgili olarak özellikle mutfak kültürünü tanıtan, mutfak zenginliğini öne çıkaran web sayfası tasarımlarına önem verilmeli ve sosyal medya ve türevleri profesyonel bir anlayışla kullanılmalıdır.

#### Ayvalık Turizm Geliştirme ve Altyapı Hizmet Birliği (AYTUGEB)

Ayvalık Turizm Geliştirme ve Alt Yapı Hizmet Birliği (AYTUGEB); 5355 sayılı Mahalli İdareler Birliği Yasası çerçevesinde 31.10.2009 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan tüzüğüyle Ayvalık’ta kurulan bir turizm birliğidir. Birlik Meclisi; 18, Birlik Encümeni ise; 7 kişiden oluşmaktadır. AYTUGEB’in yasa gereği kurucu kurumları; İl Özel İdaresi, Ayvalık, Küçükköy ve Altınova Belediye Başkanlıkları ve Turizm İşletme Belgeli Oteller’dir. 6360 Sayılı Bütünşehir yasası gereği Küçükköy ve Altınova belediyeleri kapanmış, İl Özel İdaresi de Balıkesir Büyükşehir Belediyesine devredilmiştir. AYTUGEB 06.06.2014 tarihinde yaptığı ilk Birlik Meclis Toplantısı’nda Edremit Belediyesi ile birleşme kararı almıştır. Bununla ilgili tüzükte ilgili maddeler değiştirilmiş ve Balıkesir Valiliğinin 16.06.2014 tarihli onayı ile birleşme gerçekleştirilmiştir. Birlik başkanı aynı zamanda Ayvalık Belediye Başkanı olan Rahmi GENÇER’dir. (Ayrıntılı bilgi için bakınız; [www.aytugeb.gov.tr](http://www.aytugeb.gov.tr))

## AYVALIK TURİZM GELİŞTİRME VE ALTYAPI HİZMET BİRLİĞİ’NİN (AYTUGEB) BÖLGEDE YAPTIĞI TURİZM KÜMELENME ÇALIŞMALARI

#### Sorunların Tespit Edilmesi ve Bölge Turizmi için SWOT Analizi

Ayvalık’la ilgili ‘Stratejik Planlama’ çalışmaları çerçevesinde ilk aşamada yapılması gereken nokta “**mevcut durumun analizidir**”. Bir kurum, işletme, yer veya bölge ile ilgili “**Mevcut Durumun Analizi**” başlığı altında yapılacak çalışmalardan ilki de SWOT Analizinin (yani güçlü ve zayıf yanlar, fırsatlar ve riskler başlıklarının cevaplandırılması) yapılmasıdır (Yeşiltaş, Çeken, Öztürk, 2009:29). Bu noktada Ayvalık’la ilgili iki başlıkta SWOT-2015 analizinin yapılmasında fayda vardır. Bunlardan **birincisi; ulaşım ve alt yapı** başlığı, **diğeri de turizm çeşitliliği, planlama ve pazarlamadır**.

#### Ulaşım ve Altyapı

##### Güçlü Yanları:

- Bölgenin ana arter yolları Ayvalık’tan geçmektedir. Bölgedeki tek Gümrüklü Liman Ayvalık’tadır. Bölgenin tek Yat Limanına sahiptir. Edremit ve İzmir havaalanlarına yakındır.
- Balıkesir DDY istasyonu ulusal ağla bağlantılı olarak hizmet görmektedir.
- Ayvalık belde ve köy yol ağları asfalt ve açıktır. Plajlara toplu taşıma ulaşimleri vardır.
- Trafik kontrolü ve yönetimi eğitilmiş polis teşkilatınca yürütülmekte; belediyeler destek vermektedir. Güçlü gezi motorları filosu vardır.
- Bölgede otel işletmeciliği moda bir kavram olan “butik otel işletmeciliğine” doğru kaymaktadır. **Cunda yerleşkesi güçlü bir marka** olarak ortaya çıkmaktadır.

#### Ayvalık Turizm Kümelmesi ve Paydaşların Sorunları

<p><b>Turistik İşletmeler ve Butik Oteller</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yıllık doluluk oranları düşük</li> <li>• İşgören değişim hızı çok yüksek</li> <li>• Müşteri sadakati çok az</li> <li>• Butik otellerde sezon fiyatı çok yüksek</li> <li>• Kiralama ücretleri çok yüksek</li> <li>• Pazarlama sorunları var</li> <li>• Yatırımların geri dönüşümü uzun</li> <li>• Sezonluk fiyat – sezon dışı fiyat yüksek</li> <li>• Ortak ürün tedariki yok/ maliyet yüksek</li> <li>• Sezon kısa</li> </ul>	<p><b>Turistik Pansiyon ve Ev Turizmi Hizmeti Verenler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haksız Rekabet</li> <li>• Verimsiz yatırımlar / yıpranma payı hesaba katılmıyor</li> <li>• Kayıt dışılık</li> <li>• Fiyat istikrarsızlığı</li> <li>• Kiralama ücretleri çok yüksek</li> <li>• Pazarlama sorunları var</li> </ul>
<p><b>Hediyelik Eşya Dükkanları ve Standları</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalite standardı yok</li> <li>• Artı değer üretilmiyor</li> <li>• Fiyat istikrarı yok</li> <li>• Yöreye ait turistik objeler çok az</li> </ul>	<p><b>Restoran, Bar, Disko</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelir dağılımı yılın tamamına yayılmıyor</li> <li>• Menü ve fiyat tarifesi yok</li> <li>• Nitelikli personel eksikliği</li> </ul>
<p><b>Kafe ve Çay Bahçeleri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hava şartlarına bağımlı</li> <li>• Fiyat istikrarsızlığı</li> <li>• Kalite standardı yok</li> <li>• Sezon kısıllığı</li> </ul>	<p><b>Tedarikçiler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Düzenli ürün tedarik edilemiyor</li> <li>• Küçük partili alımlar maliyetleri artırıyor</li> <li>• Organik ürün talebi cevaplandırılmıyor</li> </ul>

**Kümelene üyeleri arasındaki iletişimsizlik ve güvensizlik turizm sektörünün temel yapısını zorlaştırıyor. Tüm paydaşlar için ‘eşit katılım’ ve ‘eşit söz hakkı’ anahtar kelimelerdir.**

#### Zayıf Yanları:

- Ayvalık kavşakları ve gidiş- geliş yolları yetersizdir. Deniz ulaşımında ulusal ve uluslararası ulaşım yetersizdir. Yazın kent içi ulaşım sıkıntılıdır.
- Gezi motorları teknik ve hizmet olarak yetersiz ve birliktelik sağlanmamaktadır.
- Plajlarda günlük kişisel ihtiyaçlar için hizmet yetersizdir. Örn; w.c. ve duş gibi.

#### Fırsatlar:

- Gümrük binası hizmete girmiştir; ulusal ve uluslararası deniz yol taşımacılığı için bölgede üstünlük sağlanabilecektir.
- Edremit Koca Seyit Hava Limanı’nda gümrük çalışmaları ve yolcu geliş-gidiş terminali bitmiş ve havaalanı ulusal ve uluslararası hava trafiğine açılmıştır.
- Ayvalık bölgesinin ulusal görsel ve yazılı basında (Zeytin hasat günleri, kültür ve sanat şenlikleri ve bazı uluslararası toplantı ve fuarlar) daha çok yer almasıyla popüler bir turizm destinasyonu olma ihtimali kuvvetlidir.
- Ayvalık yöresindeki çekicilikler ( Cunda, Necdet Kent Kütüphanesi, Taksıyarhis Kilisesi, Eski Ayvalık sokak ve evleri, Zeytin Müzesi vb.) arttıkça bölgeye olan talebin artma ihtimali kuvvetlidir.
- Ayvalık Adalar ve Tabiat Parkı bölgede eko turizm, doğa turizmi, dalış turizmi ve kırsal turizm gibi faaliyetlerin artmasını teşvik edecektir.

- 1800 civarında tescilli eski taş evlerin bulunması ve restorasyon çalışmalarının hızlandırılması yöreye olan kültürel turizm talebini arttıracaktır.

#### Olumsuzluklar-Riskler;

- Uluslararası turizm pazarlarına uzaktır. Dış pazarlamada Edremit Koca Seyit Havalimanı'nda havayolu ulaşım ağı direkt olarak (charter taşımacılığı) henüz açılmamıştır.
- Düzenli deniz ulaşımı yoktur. İç deniz ulaşımında daha etkin kullanılabilir. Bu olay sıkışan trafik sorununu da rahatlatılabilir.
- Yunan adalarıyla ulaşımında vize ve yasal sıkıntılar (bir nebze iyileşme olsa da) vardır.
- Alternatif turizm alanlarına (Pateriça vb. alanlar) ulaşım zorluğu vardır.

#### Turizm Çeşitliliği, Planlama ve Pazarlama

##### Güçlü Yanlar:

- Kültürel yönden zengin alt yapıya sahiptir. Sanatsal değeri yüksek konutlar ve dini yapılar mevcuttur. Ulusal ve uluslararası sanatsal çalışmalara ve kişiliklere sahiptir.
- Belediyelerce yürütülen kültürel amaçlı festival ve çalışmalar mevcuttur. Kültür ve sanat amaçlı sivil toplum kuruluşları vardır.
- Yunanistan adalarıyla ortak kültürel değerler ve etkileşimler mevcuttur. Ulusal ve uluslararası özel kültür ve sanat okulları vardır. İlçe halk kütüphanesi ve uluslararası ünde özel kütüphane vardır. Özel tiyatro grupları vardır.
- 2000 kişilik anfi tiyatro vardır. Belediye, Ticaret Odası ve otellerin uygun toplantı ve sergi salonları vardır.

##### Zayıf Yanları:

- Kültür ve sanat yönünden ulusal ve uluslar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği vardır.
- Dünyaca tescillenen ünlü bir tarihi kent ya da sanatsal bir ürünü yoktur. Sanat yönünden kurum ve kuruluşlarca yeterince destek sağlanamamaktadır. Kentsel kültür ve sanat üzerine yeterli miktarda müze ya da galeri yoktur.

##### Fırsatlar:

- Kültür ve sanat kenti olabilir. Uluslararası Kültür ve Sanat Festivalleri için uygun alt yapı vardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan maddi destekler sağlanabilir. Avrupa Kültür programlarından yararlanabilir.

- Kardeş kent çalışmaları devam etmektedir. Ayvalık mutfağı ön plana çıkarılabilir. Bu kapsamda uygulamalı bir mutfak atölyesi kurulabilir.

- Coğrafi İşaret olarak alınan bölgeye ait "zeytin ve zeytin yağı tescili" ile ilgili çalışmaların ulusal ve uluslar arası platformlarda daha aktif ve sık yürütülmesi gerekir.

- Zeytinyağı fabrika müzesi açılarak yeni bir çekicilik unsuru yaratılmıştır. Ayvalık'ta bir mübadele müzesinin açılması (özellikle Girit, Selanik ve Midilli mübadilleri için) potansiyel talebin oluşması için yeni bir çekim unsuru olabilir.

- Sadece gastronomi ağırlıklı 2 yıllık özel bir meslek yüksekokulu açılabilir. Bu çerçevede sınırlı bir öğrenci sayısı ile (ortalama 60 kişi) uygulamalı mutfaklarda Ayvalık, Girit, Selanik ve Boşnak mutfaklarından menüler ve yemekler öğrencilere öğretilir.

#### Riskler-Olumsuzluklar:

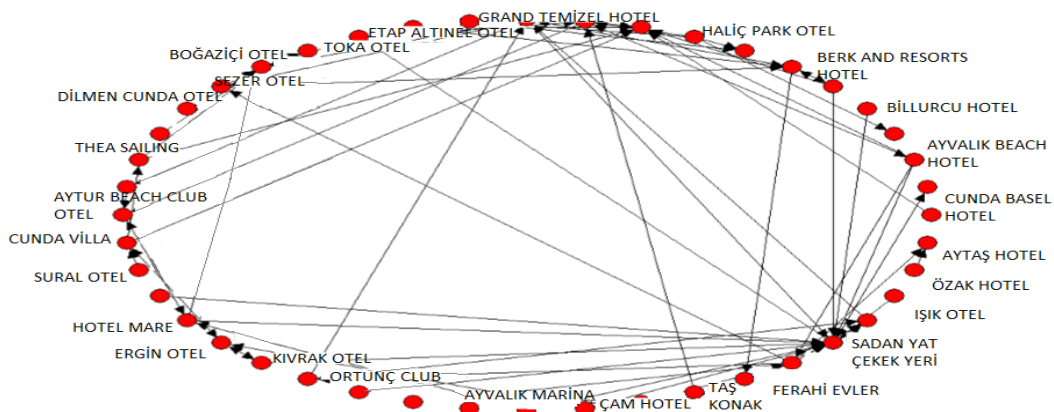
- Ayvalık Doğa ve Tabiat Parkı'nın kullanıma açılması (kısmen de olsa) yöre turizmi için büyük bir risktir. Ayvalık'ın mutfak kültürü konusunda daha çok ve daha ayrıntılı bilimsel çalışma ve toplantılar yapılmamaktadır.

- Ayvalık zeytinyağının kültürel zenginliği üzerine çalışmalar yetersizdir. Anıtlar Kurulu tarafından tescillenen 1800 civarında taş evin restorasyon ve ruhsat işlemlerindeki gecikmeler bu amaçla bölgeye olan kültürel turizmi ciddi anlamda etkilemektedir.

#### Turizm Kümelenmesi İçin Yapılan Periyodik Toplantılar

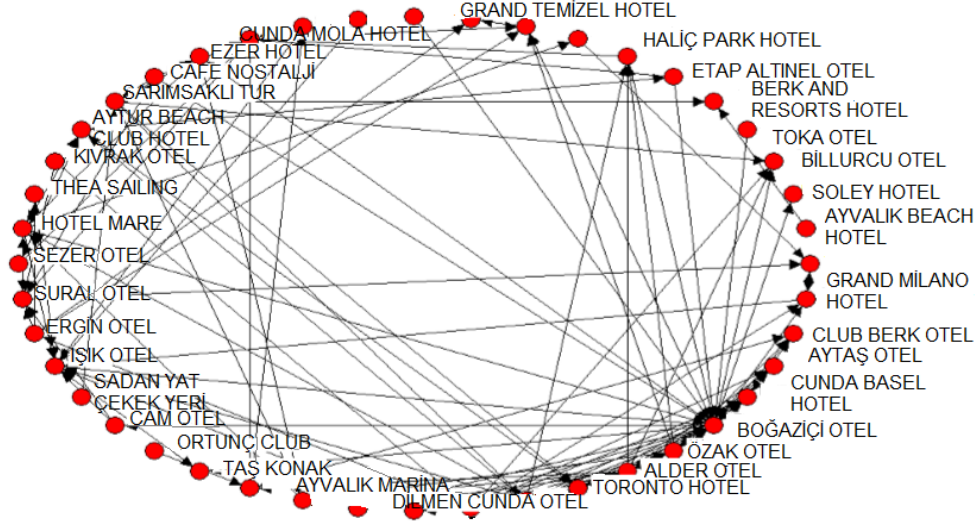
AYTUGEB; bölgede 19 turistik oteli, 38 butik oteli, 9 belediye belgeli oteli, 5 seyahat acentasını, 3 yat şirketine ait 16 günübürlük gezi teknesini, yöresel mutfağı ön plana çıkararak 16 restoranı ve 4 sualtı dalış okulunu bünyesinde barındıran ve temsil eden yöresel bir turizm birliğidir. AYTUGEB Turizm Koordinasyon Kurulu'nda Ayvalık'ta turizm sektöründe faaliyet gösteren değişik işletmelerden toplam 11 kişi vardır. Bu kurul yılda en az iki kez toplanarak bölgedeki turizmin sorunları ve çözüm yolları noktasında stratejiler oluşturmaktadır. Ayrıca AYTUGEB'in 4 tane de ihtisas komisyonu vardır. AYTUGEB Turizm İhtisas Komisyonları; 1-Turizm Eğitim Komitesi 2-Turizm Fuarları Komitesi 3-Tanıtım, Reklam ve Halkla İlişkiler Komitesi, ve 4- Sürdürülebilir Turizm ve Çevre'dir. Her komisyonunda yasa ve tüzük gereği 3'er kişi bulunmakta ve bu komisyonlar da yılda en az 4 toplantı yapmaktadır.

### Ayvalık Turizm Kümelenme Analiz Haritası - 2010





## Ayvalık Turizm Kümelenme Analiz Haritası - 2014



### Bölgede Turizm Kümelenmesi Çerçevesinde Yürütülen Ortak Projeler

- [www.renthouseayvalik.com](http://www.renthouseayvalik.com); AYTUGEB, “ 2013 yılı Mali Destek Programları, Turizmde Rekabetçiliğin Artırılması Hibe Programı” çerçevesinde Güney Marmara Kalkınma Ajansı’na (GMKA) “Tıkla Ev Kirala, Tıkla Evini Kirala” adında bir proje sunmuş ve bu proje GMKA tarafından finansal desteğe değer bulunmuştur. AYTUGEB, bu proje çerçevesinde “[renthouseayvalik.com](http://renthouseayvalik.com)” uzantılı bir domain almış ve faaliyetine başlamıştır. Bu projede temel amaç; yörede rantabl kullanılmayan ikinci konutların 5 dilde (İngilizce, Almanca, Arapça, Rusça ve Türkçe) hazırlanacak web sayfası üzerinden sanal pos (kredi kart ile online) ödeme yardımıyla kiralanmasını sağlamaktır. Bir diğer değişle, Ayvalık ikinci konut pazarını uluslararası turizm pazarına açmak ve yöre ekonomisine katkı sağlamak temel amaçtır. Sisteme alınan evler için ev sahipleri ile yazılı kontrat imzalanmış ve hangi tarihler arası evini sisteme vermek istiyorlarsa bu dönemler dikkate alınarak web sayfasına konulmuştur. [www.renthouseayvalik.com](http://www.renthouseayvalik.com) üzerinden sistemden ev kiralamak isteyen kullanıcılar sistemden evleri günlük, haftalık, aylık, sezonluk veya yıllık kiralayabilir. Herhangi bir tarih aralığı sistemden ev kirala ve ödemesini yapan kullanıcıya AYTUGEB evi kullanmayı garanti eder. Projemizde, Ayvalık yöresinde turistik ikinci konutlar model açısından sistem içine alınmış, işleyen dinamik bir organizasyonel yapı oluşturulmuştur. Bu projede; Ayvalık, Küçükköy ve Altınova sınırları içinde toplam 28 bin civarında olan ikinci konutların turizme, dolayısıyla ekonomiye kazandırılması hedeflenmiştir. Bu projenin ana unsuru; nitelikli ikinci konutların bir model geliştirilerek sistem içine alınması ve 5 dilde hazırlanan web sayfası üzerinden kiralanmasını sağlamaktır. (Ayrıntılı bilgi için bakınız [www.renthouseayvalik.com](http://www.renthouseayvalik.com))

- [www.ayvalikyaşayanmutfak.com](http://www.ayvalikyaşayanmutfak.com); ‘Yaşayan Mutfak Ayvalık’ (YMA) adında Ayvalık Turizm Geliştirme ve Altyapı Hizmet Birliği’nin (AYTUGEB); “Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) 2014 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği (DFD) kapsamında TR22/14/FAPDFD/0002 kodlu projenin adıdır. Bu proje GMKA tarafından başarılı bulunarak finanslanmıştır. Projenin temel amacı asırlık bir mutfak sahibi olan Ayvalık’ta bu kültürel değeri daha fazla korumak ve kollamak

adına bu işin paydaşlarıyla birlikte (restoran sahipleri, tedarikçiler, ahçıları, gurmeler, seyahat acenta sahipleri, gurme ve yemek dernekleri vs.) Ayvalık mutfakını incelemek, unutulmuş yemekleri gün ışığına çıkarmak ve gelecek kuşaklara tanıtmaktır (Gökdeniz, 2015:94). Bu proje ile unutulmuş yemekler tarifleri ile gün ışığına çıkartılacak ve gelecek kuşaklara aktarılması sağlanacak ve yörenin farkındalığı öne çıkarılacaktır. Ayrıca proje kapsamında bazı etkinlikler düzenlenerek (web sayfası, gastronomi paneli, sokak yemek etkinlikleri, tadım sunumları, gurme tur programları, yemek kitabı, basın toplantıları ve seyahat acentaları ile toplantılar gibi) yörenin ekonomik büyümesine katkı sağlanacak ve katma değer yaratılacaktır. Projenin süresi 3 aydır ve 20 Eylül 2014 de başlamış ve 20 Aralık 2014’de bitirilmiştir.

- [www.infoayvalik.com](http://www.infoayvalik.com); Ayvalık Kaymakamlığı ve Ayvalık Turizm Geliştirme ve Altyapı Hizmet Birliği (AYTUGEB) Güney Marmara Kalkınma Ajansı’na (GMKA) Küçük Ölçekli Altyapı Mali Destek Programı’na “Info Ayvalık (Geçmiş Korumak, Geleceğe Taşımak)” isimli bir proje sunmuş ve proje 2.yedek olarak halen değerlendirme aşamasındadır. Bu projenin genel amacı; Ayvalık merkez Talatpaşa Caddesi ve Barbaros Caddesi arasında yer alan ve Köylü Pazarı ve At Arabacılar Meydanına cephe veren toplamda 194 binanın (tescilli 69 ve tescilsiz 125) rölöve, restitüsyon ve restorasyon proje çizimlerinin yapılmasıdır. Bu alan; Bursa Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kurulu tarafından “Tarihi Kentsel Sit Alanı” olarak ilan edilmiştir. Bu projenin temel amacı; bu caddelerdeki binaların restorasyon ve rölöve projelerini çizdirerek, daha sonraki aşamada (bina restorasyonlarını ve sokak iyileştirmelerini yaparak) yörede kültür ve turizm açısından yeni bir cazibe (çekicilik) alanı oluşturmaktır. Ayvalık şehir merkezinde ve Cunda’da “old city” denilen mekanlarda tescilli 1789 adet tarihi bina vardır. Bu binaların bir kısmının restore edilmesi ve sokak iyileştirmelerin yapılması ile yörede bambaşka bir turistik ürünün ortaya çıkması sağlanacaktır. Bu projede temel amaç; üniversite, turizm birliği, mimarlar odası, belediye ve Ticaret Odasını, Kaymakamlık ile yörenin acil çözüm bekleyen bina restorasyon projeleri noktasında bu proje etrafında buluşturmak ve sürdürülebilir bir model geliştirerek dayanışmayı ve sinerjiyi artırmaktır. Bu proje yörede uygulanış amacı (daha sonra yapılacak sokak iyileştirmesi ve

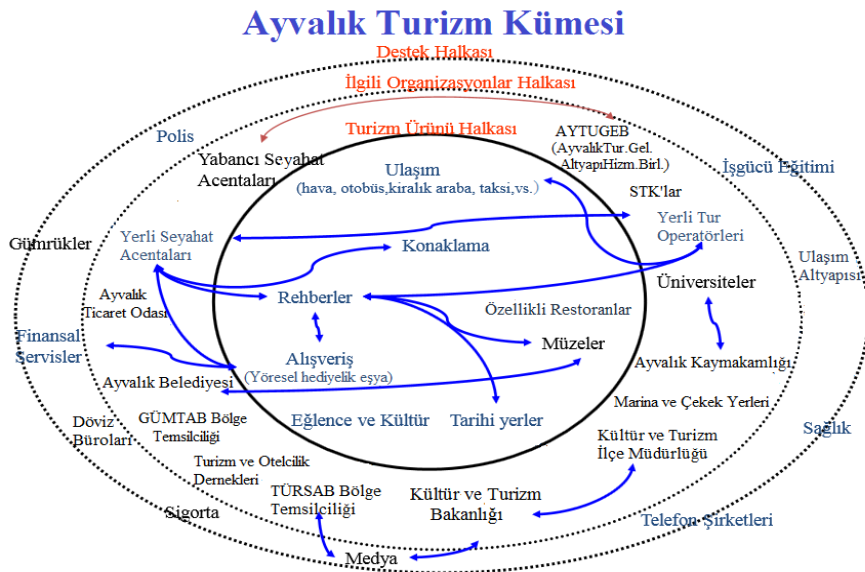
toplulu bina restorasyonu alanında) ile yapılacak ilk projedir. Bu projenin hayata geçirilmesi benzer diğer projeleri tetikleyecektir. Caddeler her anlamıyla (binalarda yaşayan insanlar) yaşanabilir bir noktaya taşınacak, bu alanda bir hareket, canlılık ve kaliteli yaşam başlayacaktır. Caddeleri görmek isteyen yerli-yabancı kültür turisti sayısında artma olacak, böylelikle yöre ekonomisine ciddi katma değer yaratılacaktır.

- **www.visitcunda.com**; Ayvalık Turizm Geliştirme ve Altyapı Hizmet Birliği (AYTUGEB); Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) “2015 Sosyal Kalkınma Mali Destek Programı’na” “**Visit Cunda**” isminde bir proje sunmuştur. Bu proje GMKA tarafından başarılı bulunarak finanslanmıştır. Proje ortakları; Ayvalık Kaymakamlığı ve Ayvalık Ticaret Odası’dır. Bu projenin genel hedefleri; toplumsal dayanışmanın ve sivil toplum etkinliğinin geliştirilmek için kamu kurumları ve STK’lar arasında işbirliğini güçlendirip yerel potansiyeli harekete geçirmek, bölgedeki turizm yatırım imkanlarını iç ve dış yatırımcılara tanıtmak ve bölgenin rekabet gücünü artırarak ekonomik ve sosyal kalkınmasını sağlamaktır. Ayrıca; bu proje ile yörede turizm sektöründe birçok işletmenin girişimcilik ruhu canlanacak ve Cunda’da benzer işleri yapmaya çalışacaklardır. Yine, çevreye duyarlı bir proje olması nedeniyle çevresel sürdürülebilirlik diğer işletmelere de örnek teşkil edecektir. Bu projede temel amaç; kamu kurum ve kuruluşları ile STK’ları yörenin güçlü olduğu bir alanda kültür turizminde bir proje etrafında buluşturmak ve sürdürülebilir bir model geliştirerek dayanışmayı ve sinerjiyi artırmaktır. Proje süresince; projenin ortak ve iştirakçileri konumunda yer alan paydaşlar arasında rol dağılımı yapılarak yörede özellikle Cunda’da kültürel yapıların envanteri çıkarılacak ve bir tur güzergahı oluşturularak yöreye daha fazla yerli-yabancı turist gelmesi sağlanacaktır. Böylelikle yöre ekonomisine katma değer yaratılacak ve otel dolulukları ve restoran müşteri sayısı artacaktır. Ayrıca; proje içerisinde 6 işsiz gence (1’i engelli) iş alanı yaratarak bölgesel istihdamda katkı yapılacaktır. Bölge turizminin yılın 7-8 aya yayılmasını katkı sağlayarak bölge ekonomisinin güçlenmesine ve Cunda’ya daha fazla turistin gelmesine dolayısıyla Balıkesir’in Türkiye de iller arasındaki ekonomik girdilerde daha üst sıralarda yer almasını sağlamak bir diğer beklentimizdir. Yine; yörenin kültürel turizm alanında önemli bir destinasyon olmasını sağlamak ve geliştirilecek sürdürülebilir model çerçevesinde yörenin turizm sezon

süresini uzatmaya katkı sağlamayı planlıyoruz. Ayrıca; ‘Visit Cunda’ isminde iki dilde hazırlanacak web sayfası ile yörenin ulusal ve uluslararası tanınırlığına katkı yapmayı ve Cunda’da kültürel tur güzergahının belirlenmesi ve dezavantajlı gruplara (yaşlı ve engelli) yönelik iki adet golf arabasının hizmete sokulması ile yörede farklı bir iş alanı da yaratmayı düşünüyoruz.

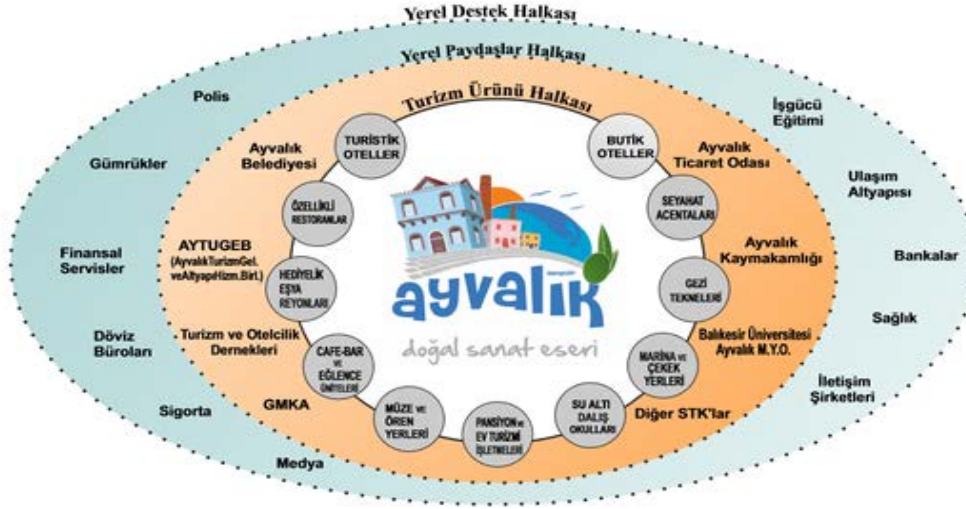
- **www.ayvalikunescosureci.com**; Ayvalık Turizm Geliştirme ve Altyapı Hizmet Birliği’nin (AYTUGEB); “Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) 2015 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği (DFD) kapsamında; **UNESCO Süreci ve Ayvalık** adında bir proje sunmuştur. Proje değerlendirme aşamasındadır. Bu projede temel amaç; kamu kurum ve kuruluşları ile STK’ları yörenin güçlü olduğu bir alanda UNESCO süreci ve kültür turizminde bir proje etrafında buluşturmak ve sürdürülebilir bir model geliştirerek dayanışmayı ve sinerjiyi artırmaktır. Proje süresince; projenin ortak ve iştirakçileri konumunda yer alan paydaşlar arasında rol dağılımı yapılarak yörede özellikle Ayvalık merkez ve Cunda’da kültürel yapıların envanteri çıkarılacak ve tescilli bina sahipleri UNESCO süreci konusunda gerek toplantılarla gerekse basılı ve görsel materyallerle bilinçlendirilecektir. Bu proje; yörenin güçlü aktörleri ve STK’ları bir araya getiren, görsel ve yazılı materyalleri, tescilli bina envanter çalışması, Türkçe-İngilizce web sayfası, çalıştayları ile yörede, bölgede ve ülkede farkındalık yaratacak ve yöre ekonomisine ciddi katma değer yaratacak yenilikçi (inovatif) bir projedir. Bu projenin genel amacı; kültürel ve doğal bir miras olan değerleri ile Ayvalık’ı UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi’ne sokma sürecini başlatmaktır. Bu çerçevede Ayvalık’taki kültürel değerlerin (1789 tescilli bina, kilise, cami, manastır vb) ve doğal değerlerin (Ayvalık Adaları Doğal Tabiat Parkı, fauna ve florası vb) tek tek envanteri çıkarılacak ve bu envanter çalışması kitap olarak bastırılacaktır. Bu çalışma tescilli bina sahipleri ile tek tek yüz yüze görüşülerek yapılacaktır. Ayrıca proje süresince yerel halkın bilgilendirilmesi, tescilli bina sahiplerinin bilinçlendirilmesi ve üç farklı tematik toplantı ve bir çalıştay düzenlenmesini de içermektedir (Gökdeniz, 2015:34).

### Ayvalık Turizminde Kümelenme Modeli ve Paydaşların Analizi



Şekil : Kümelenme üyeleri arasındaki iletişimsizlik ve güvensizlik turizm sektörünün temel yapısını zorlaştırıyor. Tüm paydaşlar için “eşit katılım” ve “eşit söz hakkı” anahtar kelimelerdir.

## AYVALIK TURİZM KÜMELENMESİ PAYDAŞ ANALİZİ



Ana Sloganı "ORTAK GELECEĞİMİZ AYVALIK"

Şekil :

### SONUÇ ve ÖNERİLER

**Ayvalık;** lokasyon olarak stratejik bir noktadadır. Etrafında; Kaz Dağları, Kozak yaylası, Sarımsaklı plajı, Cunda ve 24 ada vardır. Ayrıca, Bergama, Truva ve Çanakkale Şehitliklere çok yakın mesafededir. Bir saatlik mesafede bir Avrupa ülkesine (Midilli-Yunanistan) geçme şansınız vardır. **Ayvalık'ta güneşin batışı ve doğuşu bile farklıdır.** Bu anı yaşamak isteyenler için önerimiz ilgili saatlerde Şeytan Sofrasına gitmeleridir Sarımsaklı plajlarının temizlik ve uzunluk olarak Türkiye'de ilk üçe girdiğini söyleyebiliriz. Yörede; sualtı fauna ve florası çok zengindir. Bir diğer deyişle Ayvalık tarih, kum, deniz, güneş, mutfak ve su altı-su üstü turizm değerleri açısından oldukça zengindir.

Küreselleşmeyle birlikte dünyanın ekonomik, sosyo-kültürel, psikolojik, siyasal birçok özellikleri değişime uğramıştır. Gelir düzeylerinde artış görülen sanayileşmiş ülke vatandaşları daha çok seyahat ve tatil zaman ve para ayırmaya başlamışlardır. Yeni destinasyonlar arayan potansiyel seyahatçilerin talepleri çeşitlenmiş, hızlanmış ve seçicilik artmıştır. Bu taleplere toplu olarak karşılık vermek isteyen destinasyon yöneticileri ise kendi bölgelerinde turizmde kümelenme çalışmalarını hızlandırmışlardır.

Porter'in ünlü Elmas Modeli ile birlikte kümelenme kavramı bir çok proje ile Türk turizmde de uygulanmaya başlanmış ve başarılı örnekler gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında mevcut veriler turizm kümelenmesinin ve bölgesel kalkınmayı sağlamada etkili olabileceğini de göstermektedir. Yapılan bu turistik faaliyetlerin turizm potansiyeline sahip ülke veya bölge ekonomilerine en önemli olumlu etkisi gelir artışı ve ekonomik büyümedir (Zengin, 2010:17). Turizm gelirleriyle milli gelirdeki artış arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmaların sonuçları da bu durumu doğrular niteliktedir. Zira bu çalışmaların çoğunda milli gelir ile turizm gelirleri arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında turizmin ödemeler dengesini düzenleme, çarpan etkisi, istihdam alanı oluşturma, farklı kültürlerle etkileşim sonucu ülkelerin sosyal yapılarının gelişmesi, turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapan alanların korunması yoluyla çevrenin korunması gibi turizmin olumlu etkileri mevcuttur.

Turizmde kümelenme ile ilgili başarılı örneklerden biri

olan Sultanahmet Turizm Kümelmesi'ne; 2000 yılında başlanmış ve proje 2005 yılında küme oluşturulmasıyla tamamlanmıştır. Bölgede bu kümelenme sayesinde ciddi dönüşümler (ciro, ortalama geceleme sayısı, harcama tutarları, gelen turist sayısı vb) yaşanmıştır. Sultanahmet Turizm Kümelmesi'nin yanında henüz proje aşamasında olan ABİGEM tarafından hazırlanan Kayseri -Kıbrıs Turizm Kümelmesi Nihai Rapor'unda belirtilen Kapadokya Turizm Kümelmesi'nin muhtemel etkilerine göre maliyetlerin %5 - %10 arasında düşeceği belirtilmiştir. Bu beklenti turizm kümelenmesinin maliyetleri düşüreceğini göstermektedir. Aynı raporda satışların %10% - %20 arasında, karlılığın %15 - %25 arasında, rekabetçiliğin %20 - %30 arasında artacağı öngörülmektedir. MEVKA Turizm Kümelmesi'nde 2023 yılındaki turizm hedefleri olarak turist sayısında 1.838.738'den 10.107.500'e, elde edilen gelirin 408,5 milyon dolar'dan 2.530 milyon dolar'a artması öngörülmüştür (Williams, Öz, Gülensoy, 2009:120). Bu verilerle birlikte Sultanahmet Turizm Kümelmesi'nden elde edilen verilerle birlikte değerlendirildiğinde uygulanacak turizm kümelenmelerinin bölgesel kalkınmada etkili bir araç olacaktır.

Turizm, turistik bölgelerde yaşayan yerel halk üzerinde büyük bir etkiye sahiptir ve yerel halk için önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olabilir. Turizm, temelde bir bölgenin toplumsal yapısı, doğal ve kültürel mirasına bir tehdit durumu da yaratabilir. Ancak, iyi planlandığında ve yönetildiğinde yerel halkın korunması için önemli bir güç teşkil edebilir. Bu etkiler, 1992'deki *Yeryüzü Zirvesi'nde* kabul edilen "Gündem 21'in" içerdiği, turizm sektörünün sürdürülebilir gelişim ilkelerini birleştirme gerekliliğinin tanınmasına yol açmıştır (Gökdeniz, 2011:67). **Yerel Gündem 21** bağlamında turizm için başarılı bir strateji ve çalışma planının üç unsuru bulunmaktadır. Bunlardan ilki; hem toplumda turizm için yön saptamak, hem de bunu geliştirebilmek için birlikte çalışmada paydaşların katılımı etkili kılabilir. İkincisi; **sürdürülebilir turizm** için; paydaşların görüşlerini insan ve turizm yönetiminin turistik bölgede düzenli yönetim fonksiyonları ile birleşmesini sağlayan, daha kapsamlı bir sürdürülebilir gelişim stratejisi içerisinde, bir yön tespit etmektir (O'Regan, Ghobadian, 2005:88). Üçüncüsü ise; böl-

gede turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel sürekliliğine yol gösterecek, strateji ile uyumlu takım çalışmaları saptamak ve uygulamaktır.

**Taşıma kapasitesi**, kaynaklara negatif etki yapmadan, ziyaretçi tatminini düşürmeden veya yöre toplumu ekonomisi ve kültürü üzerine istenmeyen etkiye neden olmayan maksimum kullanım olarak tanımlanabilir (Avcı, 2007, s.487). **Turizm taşıma kapasitesi**; bir alanın turistleri, yeni turistik tesis ve etkinlikleri belli bir düzeye kadar karşılama yeteneği olarak da tanımlanabilir. 6 Aralık 2012 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan 6360 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası ile Balıkesir’in de Büyükşehir Belediyesi statüsüne geçmesi noktasında Ayvalık’taki iki ilçe belediyesi kapanmış (Küçük köy ve Altınova) ve bu iki ilçenin de Ayvalık nüfusuna eklenmesi ile kişi nüfusu 60-65 bin kişi olarak saptanmıştır. Bu nüfus özellikle yazın (Haziran-Temmuz-Ağustos) 400-500 binlere çıkmakta ve her anlamda **yörenin taşıma kapasiteleri** zorlanmaktadır (Gökdeniz, 2015, s.29). Doğal olarak kış nüfusuna göre dizayn edilmiş yerel hizmetler (elektrik, su, zabıta, güvenlik, trafik vb. gibi) yaz aylarında zorlanmakta veya aksamaktadır. Bu noktada yerel yönetimlerin elini güçlendirmek için ilave personel istihdamı noktasındaki bürokratik ve yasal engeller kaldırılmalı ve turistik destinasyonlardaki **yerel istihdam** teşvik edilmelidir. Bu yapıldığı takdirde turistik yörelerdeki **sürdürülebilir turizm ve kalkınma ilkeleri** daha kolay uygulanabilir hale gelecektir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken bir diğer uygulama ise; turistik destinasyonları geçici olarak kullanan yerli ve yabancı turistlerin **ekolojik çevreye** karşı olan tutum ve davranışlarıdır. Burada temel amaç **korunarak kullanma** ilkesi olmalıdır (Gökdeniz, 2015:28).

**Ayvalık’ta 2009 yılında AYTUGEB’in kurulmasıyla başlanan destinasyon pazarlaması, sektör paydaşları ile toplantılar ve neler yapılmalı soruları ortak toplantıların ana gündem maddeleridir.** Bütün bu çalışmaların belirli bir harmoni içinde objektif ve rasyonel bir şekilde planlanması ve yürütülmesi için **bir üst kurula ihtiyaç vardır.** Başkanlığın; **belediye başkanının** yapacağı bu kurulda Ayvalık’ta STK’ların birer temsilcisinin (Mimarlar Odası, Ticaret Odası, AYTUGEB, AYKÜSAD, AYOP, ASED, Kent Konseyi, Ayvalık Ar-Ge vb. örgütler) bulunması yararlı olacaktır. Sayının artırılmaması kurulun **mobil, hızlı ve efektif çalışması** için önemlidir. Kararların da oy çokluğuyla değil **“oy birliği”** ile alınması kurulun **objektifliğine ve saygınlığına** katkı sağlayacaktır. Bu kurul sayesinde **tekil yapılan çalışmalar imcece usulü** çalışma anlayışına dönüşecek, hazırlanacak projelerde bölgenin **ekolojik yaşam kapasitesi** dikkate alınacak ve hepsinden önemlisi bölgede yapılan çalışmalar herkes tarafından sahiplenilecek ve **kurumsal aidiyet** çerçevesinde **sinerji** yaratılacaktır.

## KAYNAKÇA

- [1] Avcı Nilgün (2007) “Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi” Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review 7(2) 2007: 485-501
- [2] Bozkurtoglu Stajer Sercan (2013) Kümelenme Modeli ve Türkiye’deki Kümelenme Çalışmaları
- [3] Bulu Melih, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü ve Turizm Kümelenmesi, 21.Şubat.2012, Mersin (SultanAhmet Kültür Tur Diyaframına dip not)
- [4] Eraslan Hakkı, Bulu Melih, Bakan İsmail (Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar (www.urak.org/yayinlar/URAK\_Kumelenme\_Inovasyon.pdf)

[5] GMKA Mali Destek Programları Başvuru Rehberi, 2015:9-10).

[6] Gökdeniz, Ayhan (2015), Gastronomi Turizmi (Ayvalık’ta Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma), (BAP) Projesi, Detay Yayınları, Ankara, S.1-74

[7] Gökdeniz, Ayhan (2015), Yaşayan Mutfak Ayvalık Proje Kitabı, Detay Yayınları, Ankara, S.1-116

[8] Gökdeniz, Ayhan (2015), Butik Otel İşletmeciliği, Detay Yayınları, Ankara, S.1-201

[9] Gökdeniz, Ayhan (2011), “Local Agenda 21 And The Role Of Local Authorities In Sustainable Tourism”, The International Tourism Research Conference, Sustainable Tourism Development, 30th November, Stockholm, Sweden, 62-75.

[10] Gökdeniz, Ayhan (2015), “UNESCO Süreci, Yerel Yönetimler ve Ayvalık” Ayda Bir Ayvalık Dergisi, Ayvalık Belediyesi Yayınları, Sayı.10, Haziran, S.34-35

[11] Gökdeniz, Ayhan (2015), “Turistik Destinasyonların Taşıma Kapasiteleri ve Ayvalık” Ayda Bir Ayvalık Dergisi, Ayvalık Belediyesi Yayınları, Sayı.11, Temmuz.,S.28-29

[12] Gössling, S., (2002). “Global Environmental Consequences of Tourism”, Global Environmental Change, Vol:12, No:4, ss:283-302.

[13] Karadal Himmet, Gündoğdu Gürsel , (2012) Kültürel Turizmin Kümelenme Potansiyeli: Aksaray Örneği, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 155-162,

[14] Kartal Gökhan ((2013), Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi (2000-2012), Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı (191-201)

[15] Kümelenme Tabanlı Bölgesel Kalkınma Projesi (2007), Bolu İli Alternatif Turizm Sektörü Kümelenme Analizi (Cluser Analysis) Ve Kümelenme Geliştirme (Cluster Development) Raporu, Vezir Araştırma ve Danışmanlık

[16] Kümelenme Yaklaşımı ve Sektörel Uygulamalar (12 Mart 2004) Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu s.5

[17] Maria S., Hammer Jo, Townsend M., ( 1993), “Eco Purchasing Guide for Hotels and Motels”, Fall, Copyright, 1993 University of Florida, Printed on Recycled Paper, pp.6-50

[18] Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Plan Düzey Stratejik Planı (2010), Muğla Valiliği,

[19] Nordin, S. (2003), Tourism Clustering and Innovation (Paths to Economic Growth and Development). European Tourism Research Institute, Mid-Sweden University, Sweden.

[20] Oğuztürk Bekir Sami, Sariçoban Kazım (2013) “Küresel Rekabette Kümelenme ve İnovasyonun Rolü”, Sosyal VE Beşeri Bilimler Dergisi Cilt 5, No 1, 2013 Issn: 1309-8012, (PP.94-104)

[21] O’Regan, N. and Ghobadian, A. (2005), Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions. International Journal of Productivity and Performance Management, 54(2), 81-97

[22] Williams, Ann E. ve Öz, Özge ve Gülensoy, Aybars (2009), “Kayseri –Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor”, Abigem, S.120

[23] Yeşiltaş, Murat ve Çeken, Hüseyin ve Öztürk, Ülker (2009), “Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi İle Değerlendirilmesi”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl:2, Sayı:3.

[24] Zengin, Burhanettin (2010), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri”, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:5 Sayı: 1.