

TRA1 Düzey 2 Bölge Planı (2014 – 2023) Hazırlığı Kapsamında Ele Alınan Öngörü Literatürü ve Öncü Bölgeler Kavramı

The concepts of pioneering model regions and foresight literature employed in the preparation of the development plan of TRA1 NUTS 2 region

Emine Bilgen Eymirli¹, Süleyman Toy^{*2}

¹İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA,) Planlama Programlama Koordinasyon Birimi, İzmir

² Atatürk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Erzurum

Öz: TRA1 Düzey 2 Bölge Planı için benimsenen planlama yaklaşımında bölgeye dışarıdan ve içeriden bakışla birlikte sektörel odakların yansımalarıyla bölgenin durumunun belirlenmesi ve oluşturulan öngörüler doğrultusunda bölgenin vizyonunun çizilmesi yer almaktadır. Bölge dışından bölgeye bakış kapsamında literatürde, istatistiki verilerde, planlar ve projeler düzleminde bölge incelenmiştir. Bölge içerisinden bölgeye ve dışarıya bakış ise; plan hazırlık sürecine katılım sağlayan tüm paydaşların bölgeye dair görüşlerinin, Ajansın yürütmüş olduğu strateji ve raporlama çalışmalarının değerlendirildiği aşamadır. Öne çıkan odak sektörler üzerinde yürütülen analiz çalışmalarlarıyla bölgenin mevcut durumu ortaya konmuştur. Planlama yaklaşımının en ayırt edici özelliklerinden biri mevcut durumu oluşturan bilgi ve fikirler ışığında bölgeyle ilgili öngörülerin oluşturulmasıdır. Öngörü oluşturulurken TRA1 Düzey 2 Bölgesi'nin öne çıkan özellikleri ile benzer özellikleri bulunan dış merkezlerin kıyaslanması yoluna gidilmiştir. Kıyaslama yapılacak bu merkezlerin seçiminde nüfus, ulaşılabilirlik, coğrafi özellikler ve ekonomik faaliyetler açısından bölge ile benzerlik göstermesi ve gelişmişlik seviyesinin yüksek olması dikkate alınmıştır. Ancak kıyaslamaya gidilen öncü merkezler için aranan en önemli özellik TRA1 Düzey 2 Bölgesi ile benzer üstünlüklere sahip olup mevcut üstünlüklerini ve kazanımlarını kalkınma odaklı kullanan faaliyetler yürütmesidir. TRA1 Düzey 2 Bölgesi'nin mevcut potansiyellerinin kalkınma odaklı kullanılması açısından çeşitli ülkelerde yer alan ve bölge ile benzer üstünlük ve kırılabilirliğe sahip merkezler için uygulanan ve başarılı olan toplumsal, ekonomik ve yönetsel iyi uygulama örneklerinin incelenmesi ve bölgeye aktarılması önem arz etmektedir. Bu amaç doğrultusunda öncü bölge olarak TRA1 Düzey 2 Bölgesi ile kıyaslanan merkezler belirlenmiştir. Bu merkezlerin seçiminde; tümüyle bölge ile örtüşmesi yerine coğrafi özelliklerinin, öncü ekonomik faaliyetlerin ve kent kimliklerinin benzer olmasına özen gösterilmiştir. Bu anlamda inovasyonu, katılımı ve yerel uyumluluğu öngören yaklaşımları içeren uygulamalara sahip öğrenci kenti Edinburg, kış turizm merkezi Andora, alternatif turizm faaliyetleri yürüten Pays Vasco Bölgesi (İspanya) öncü bölgeler olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: TRA1 Düzey 2 bölgesi, Bölge planı, Öngörü literatürü, Öncü bölge

Abstract: In the planning approach adopted for the TRA1 NUTSII Regional Plan, it is aimed to determine the situation of the region with the reflections of the sectoral focal points from the outside and inside, and to draw the vision of the region in line with the projections. Within the scope of the view of the region from outside the region, the region has been analyzed in the literature, statistical data, plans and projects. If you look at the region from the region and out it is the stage in which all stakeholders, who participate in the plan preparation process, evaluate their views on the region and the strategy and reporting activities carried out by the Agency. The current situation of the region has been demonstrated through analysis studies carried out on prominent focus sectors. One of the most distinguishing features of the planning approach is the creation of projections in the light of the information and ideas that form the current situation. While creating the foresight, it has been compared with the prominent features of TRA1 NUTS II Region and

* İletişim yazarı: Süleyman Toy, e-posta: suleyman.toy@atauni.edu.tr

the external centers with similar characteristics. In the selection of these centers to be compared, the population, accessibility, geographical characteristics and economic activities in terms of similarity with the region and high level of development were taken into consideration. However, the most important feature sought for the pioneering centers is to carry out activities that have similar advantages as TRAI NUTS II Region and use their existing advantages and achievements with development-oriented uses. It is important to examine and implement the social, economic and administrative good practices implemented in various countries for centers with similar superiorities and vulnerabilities in different countries in order to use the existing potentials of the TRAI NUTS II Region in terms of development-oriented use. For this purpose, the centers which are compared with the Region have been determined as the leading region. In the selection of these centers; rather than overlapping with the region, geographical characteristics, pioneering economic activities and urban identities were similar. In this sense, Pays Vasco Region (Spain), the student city of Edinburgh, the winter tourism center of Andorra and the alternative tourism activities, which includes applications that include innovation, participation and local compliance, are considered as leading regions.

Keywords: TRAI NUTSII Region, Regional development plan, Foresight literature, Pioneering region

1. Giriş

Türkiye’de planlı kalkınma Devlet Planlama Teşkilatının kurulduğu 1960 yılıyla başlar. Bu tarihle 1980 arasında ardışık ve aralıksız biçimde ulusal sosyoekonomik kalkınma planları hazırlanmış planlar daha çok karma ekonomik yapıyı vurgulamıştır. 1980 – 2000 arası dönemde daha çok stratejik hedeflerin konuşulduğu yaklaşımlar planlarda yer bulmuştur (<http://www.kalkinma.gov.tr>). 2000 sonrası dönemde özellikle 2000’lerin başında Türkiye’nin Avrupa Birliğine adaylık sürecinde uyum politikalarının gereği olarak İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS; The Nomenclature of Territorial Units for Statistics; NUTS uygulamasının benimsenmesi ile ülkede planlı kalkınma çabaları başka bir ölçüğe kaymıştır. 2001 yılında Türkiye’de İstatistikî Bölge Birimleri tanımlanmış ve bu sınıflandırma (Düzyey 1 olarak 12, Düzyey 2 olarak 26 ve Düzyey 3 olarak da 81 (il) İstatistikî Bölge Birimi Bakanlar Kurulu'nun 28 Ağustos 2002 tarih ve 2002/4720 sayılı kararı ile 22 Eylül 2002 tarihli Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Oluşan 26 Düzyey 2 Bölgesinde kalkınma ajanslarının kurulmasına 5449 sayılı Kanun ile karar verilerek 2010 yılında tüm bölgelerde bu ajansların aktif olarak çalışması sağlanmıştır. Ajansların bölgelerinde yaptıkları ilk iş 3194 sayılı İmar Kanunu (6. ve 8. Maddelerde) baz alınarak bölge planlarının hazırlanması olmuştur. İlk planlama tecrübesini 2010 – 2011 ön bölgesel gelişme planı ile kazanan ajanslar sonrasında 2 dönem daha plan hazırlığına girişmişlerdir (2011 – 2013 ve 2014 – 2023). Genel koordinasyon Devlet Planlama Teşkilatı ya da sonrasında Kalkınma Bakanlığında olsa da bölgelere göre farklılaşması istenen planlarda çok farklı planlama yaklaşımları da benimsenmiştir.

Bu çalışma 26 Düzyey 2 Bölgesinden biri olan TRAI Bölgesi (Erzurum, Erzincan ve Bayburt) için hazırlanan Kuzeydoğu Anadolu Bölge Planı (2014 – 2023) hazırlığı sürecinde benimsenen yaklaşımlardan biri olan öngörü literatürü (öncü bölge) yaklaşımını ele almaktadır.

2. Öngörü Literatürü (Benzer Öncü Bölge İyi Uygulama Örnekleri)

Öncü bölge kavramı “benchmarking” kavramına benzer olup 2016’da Avrupa Bölgeler Komitesi (the European Committee of the Regions) de bu çalışmadan sonra benzer bir çalışmayı “Regional Innovation Ecosystems: Learning from the EU’s Cities and Regions” (EUCoR 2016) adıyla Sintra kentinden (Portekiz) Mazovia Bölgesine (Polonya), Espoo’dan (Finlandiya) Attica’ya (Yunanistan) kadar uzanan bir alan özelinde hazırladı. Bahsi geçen çalışmada da öncü bölgeler ve kentlerle ilgili başarı hikayeleri toplandı ve uygulamada bölgesel inovasyon sistemlerinin anlaşılması ve kendi payına düşenin alınması (bench-learning) noktasında iyi uygulama örnekleri olarak hizmet etmesi amaçlandı. Kitapta ayrıca bölgesel karar vericilerin işbirliği ve ortaklıkları geliştirmeleri konusunda teşvik etmektedir (<https://goo.gl/15QdND>).

TRA1 Bölge Planı (KUDAKA 2014) hazırlıkları kapsamında mevcut durumda yürürlükte olan planlama literatürü; (üst ölçek sosyoekonomik gelişme planları ve stratejileri) Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Onuncu Kalkınma Planı, Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi 2014 – 2023, Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Bölgesel Turizm Stratejisi ve Eylem Planı; İl Yatırım Alanları Rehberi, İl Tanıtım ve Yatırım Stratejileri şeklindedir. Bununla beraber, bazı strateji ve projelerin oluşturulması aşamasında daha önce benzer tecrübeleri yaşamış ülke, bölge ve kentler “öncü bölge” olarak ele alınmış ve “öngörü literatürü” adı altında değerlendirilmiştir. Bu anlamda ele alınan öncü bölgeler aşağıda verilmiştir.

2.1. Andorra Prensiği

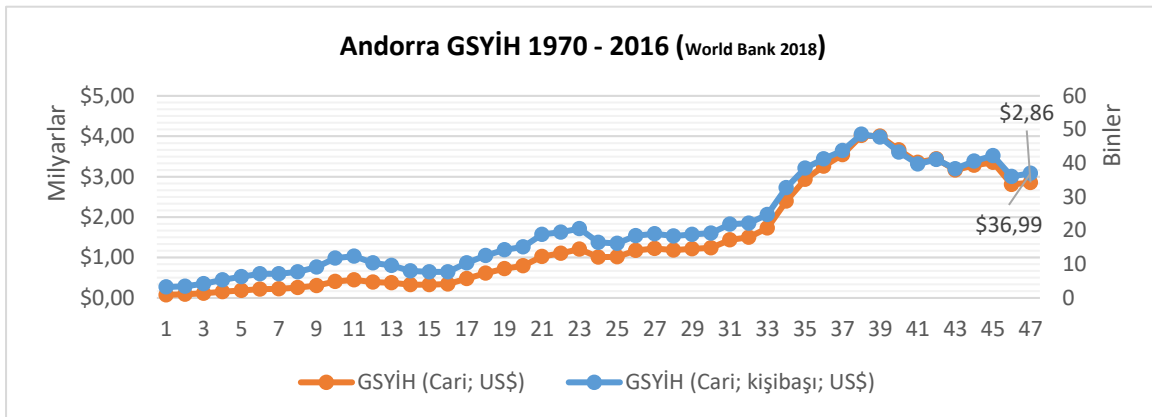
TRA1 Bölge Planı içerisinde de bölge için örnek alınabilecek öncü özelliklere sahip bir bölge olan Andorra; Fransa ve İspanya arasında yerleşik, 1996m ortalama rakıma sahip engebeli bir alanda kuruludur ve TRA1 ile oldukça yakın iklim özelliklerine sahiptir. Kişi başına düşen gayrisafi milli hasılası (GSYİH) üst gelir grubu ülkeler kategorisinde olan ülkede (Çizelge 1) bu oran 2016 verilerine göre 36.989USD'dir. Ülkenin ekonomisi hizmetler sektörüne dayanır. Tarım, sanayi ve hizmetlerin GSYİH ve istihdama göre dağılımı (%) sırasıyla 11,9, 33,6, 54,5 ve 0,5, 4,4 ve 95,1'dir (Çizelge 1). Hizmetler sektörünün her iki göstergede de ezici bir üstünlüğü görülmektedir. Hizmetler sektörünün en önemli alt dalları turizm, ticaret ve finans (bankacılık) sektörleridir. Ülkede yer alan Grandvalira, Vallnord ve Naturlandia kış turizm merkezleri, 300 km'yi bulan pist uzunluğu ve gelişmiş mekanik lift altyapısı ile Avrupa'nın önemli kış turizm alanlarından. Toplam 2.000 kişinin istihdam edildiği kış turizm sektöründen yıllık yaklaşık 340 milyon Euro gelir elde edilmektedir. Bunun yanında turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve tüm yıla yayılması konusunda başarılı çalışmalara sahiptir. Ülkede kış turizm merkezleri yaz aylarında golf, dağ bisikleti, kamp alanları gibi alternatif turizm faaliyetleri için kullanılmakta, sağlık turizmine yönelik termal tesisler ve doğa park alanları işletilmektedir. Konaklama tesislerinin kayak merkezleri dışında yer aldığı Andorra'da 2010 yılında toplam 250 konaklama tesisi bulunmakta olup, yatak kapasitesi 34.400'dür. Turistin yakın yerleşim alanlarında konaklamasıyla yerel halkın turizmden gelir elde etmesi sağlanmıştır. Kayak merkezlerinin tamamen özel veya özel sektörün ağırlıkta olduğu kamu-özel sektör ortaklığında işletildiği tesislerin yerel halk tarafından kullanılması için özel programlar geliştirilmiş böylelikle halkın turizm faaliyetlerini içselleştirilmesi sağlanmıştır.

Çizelge 1. Andorra'ya ait bazı göstergeler

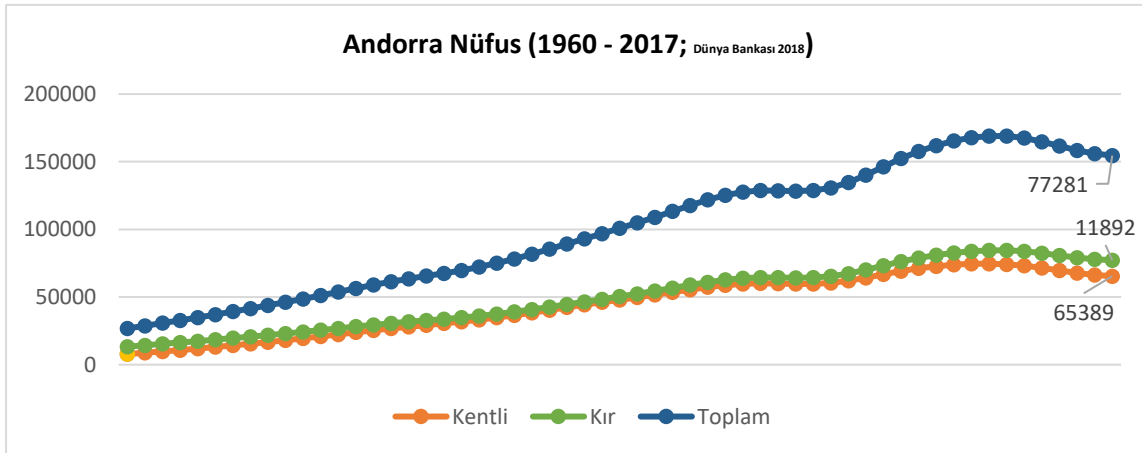
Göstergeler	2013	2014	2015	2016
GSYİH (Cari Milyar \$ US)	3.282	3.351	2.811	2.859
Kişi başı GSYİH (\$ US)	50.3001/40.6192	51.3001/42.2952	49.900/36.0382	36.9892
	Tarım	Sanayi	Hizmetler	
GSYİH İçindeki Payı (%; 2015; GSKD)	11.9	33.6	54.5	
İstihdamın sektörel dağılımı (%;2015)	0.5	4.4	95.1	
Çalışan kişi sayısı	39.750 (2016)			
Tarımsal ürünler	Düşük miktarlarda yulaf, buğday, arpa, çavdar, sebzeler, tütün, koyun ve sığır			
Endüstriler	Turizm (kayak), bankacılık, kereste, mobilya			
İşsizlik oranı	3.7% (2016)		4.1% (2015)	
Bütçe milyar	Gelirler toplamı \$1.872		Harcamalar \$2.06 (2016)	
İhracat milyon	\$78.71 n (2015)		\$79.57 (2014)	
İhraç malları	Tütün ürünleri, mobilya			
İthalat milyar	\$1.257 (2015)		\$1.264 (2014)	

İthalat ürünler	Tüketici eşyaları, gıda, yakıt, elektrik
1) 2018 World Fact Book of the United States Central Intelligence Agency https://theodora.com/wfbcurrent/andorra/andorra_economy.html	
2) World Bank 2018. https://data.worldbank.org/indicator	

Son 50 – 60 yıldır hem nüfusu hem de gelir düzeyi artış eğiliminde olan Andorra gelişmiş bir ekonomiye ve serbest piyasa şartlarına sahiptir. Kişi başı milli geliri AB ortalamasından ve komşuları İspanya ve Fransa'dan yüksektir (Ülke GSYİH 2.859 Milyar USD iken kişi başı gelir 36.989USD'dir). Turizm, perakende satışa dayalı ticaret ve finans (bankacılık) mili gelirin %75'inden fazlasını oluşturur. Bazı ürünler için (duty-free) vergisiz/düşük vergili alışveriş uygulaması ve ülkenin yaz ve kış tatil resortları her yıl milyonlarca turist çekmektedir. Tarımsal üretimin sınırlı olduğu (toplam arazinin sadece %5'i ekilebilir durumdadır) gıda ürünlerinin ve akaryakıtın tamamı ithal edilmektedir. Ana hayvancılık faaliyetinin küçükbaş hayvancılık üzerine olduğu ülkede üretilen ve ihracatı yapılan ürünler parfümeri ve kozmetik ürünleri, basım (matbaa) endüstrisi ürünleri, elektrikli makineler ve ekipmanlar, elbise (tekstil), tütün ürünleri ve mobilyadır. Ülke ekonomisi büyük oranda turizm, ticaret, emlak ve finans sektörlerine dayalı olarak çeşitlenme ve büyüme sürecindedir. Bu büyümeyi teşvik etmek için 2006'dan bu yana ekonomik reformlar yapılmaktadır.



Şekil 1. Andorra'nın nüfus göstergeleri



Şekil 2. Andorra'nın milli gelirinin seyri

Andorra prensliği Avrupa'nın Liechtenstein, Monaco ve San-Marino gibi küçük devletleri kategorisindedir ancak onların alan olarak en büyüğüdür. Yüz ölçümü 468 km²dir. Her yıl 8 milyondan fazla turist ülkeyi ziyaret etmektedir. Dünya Bankası'na göre Andorra kişi başına düşen turist yönünden dünyanın en çok ziyaret edilen ülkesidir. 2016 yılında ülkeyi ziyaret eden turist sayısı 8.057.325 kişi iken 2015'e göre %2.6 artış göstermiştir (Statistics Department's last report of the Government of Andorra). Ülkede bir gecedan fazla kalan turist sayısı 2,831,440 kişi iken bu da bir önceki yıla göre %6.3 artış göstermiştir. Günü birlik ziyaretçilerin sayısı ise aynı yıl 5.225.885 kişidir ve bu değer de %0.7 artış göstermiştir. 2015 yılında da ülkeye gelen toplam ziyaretçi sayısı 7.851.152 iken 2014'e göre %0.7 oranında artış göstermiştir (Department of statistics of Andorra). Yine 2015'te bir gecedan daha uzun süre kalan ziyaretçi sayısı 2.6 milyon olmuştur ve bu da bir önceki yıldan %13 daha fazladır (<http://www.estadistica.ad/serveiestudis/noticies/noticia3485cat.pdf>).

Görece fazla turist çekmesinin nedeni Andorra'nın Avrupa'nın güvenli yerlerinden biri olması, kış turizmi tesislerinde kişi başına en yüksek oranda metrekaşe cinsinden kayak lift sisteminin düşmesi (saatte 160bin kişi kapasiteli) World Ski Awards'a göre en iyi 15 kayak resortları arasında olmasından kaynaklıdır. Kayak merkezleriyle entegre termal kaynakların ve tesislerin varlığı, ülke topraklarının %30'dan fazlasının doğa parkı ve UNESCO koruması altında olmasıdır. Avrupa'da kendi özgünlüğüne sahip olduğu bilinen 20 müze bu ülkededir (National Automobile Museum gibi). Andorra Avrupa'nın alışveriş merkezidir. KDV oranı Avrupa'daki en düşük orandır (%4.5). Ülkede 1000'den fazla dükkan / mağaza bulunmakta ve bunların tamamında lüks tüketim malları, elektronik eşya, alkol ve tütün ürünlerini oldukça düşük fiyatlara alıcı beklemektedir. Ülkede mutfak kültürü çeşitlidir ve gastronomi yönünden önemlidir. 400'den fazla restoranda yerli ürün servis edilmektedir. Dünyaca ünlü şaraplara sahip olan ülke Avrupa'nın hafta sonu tatili için en ideal ve tercih edilen yerleri arasındadır.

2.2. Edinburgh

Bölgesindeki 1.6 milyon nüfusun yaklaşık 500,000'ini barındırmaktadır (Çizelge 2). Kent önemli bir turizm merkezidir. Orta Çağ'dan kalma tarihi eserleri, doğal güzellikleri ve her yıl düzenlenen festival ve sanatsal aktivitelerle Britanya Adası'nda Londra'dan sonra en çok turist çeken kenttir. Turizm istatistikleri incelendiğinde 2016 yılında kente gelen toplam 4,01 milyon turistin çoğunluğu yerli turisttir (İngiltere içinden). Geceleme sayısı toplamı 14.36 milyon, kalış süresi 3.6 gece, toplam turizm geliri 1,462 milyar pounddur (Çizelge). Otel doluluk oranları (82.5%) çoğu önemli Avrupa kentinden daha fazladır. Kentteki 30 park yeşil bayraklıdır. İskoçya'da ev sahibi olma oranında en yüksek artış son on yılda Edinburgh'tadır. Kişi başı gelir 30 bin pound civarındadır (Çizelge 2). Kent Avrupa'nın önemli bir finans ve eğitim merkezidir. Hizmetler sektörünün alt dalları olan sağlık, finans & sigorta, konaklama & yeme – içme, eğitim ve bilim – teknoloji sektörleri en çok istihdam sağlayan alt sektörlerdir (Çizelge 2). Kamu hizmetlerinin yoğunlaştığı kent ayrıca ülkenin önemli üniversitelerinin yer aldığı eğitim merkezi konumundadır. 2015 ve 2016 yılı verilerine göre kentteki üniversite öğrencisi sayısı 50 binin üstündedir. Yükseköğretim kurumlarına devam eden öğrenci sayısı (2016) lisansüstü 16,655, Lisans 43,600 kişidir. Bunlar arasında AB dışı 10.880, AB 6.885 ve UK vatandaşı 42.490 kişidir (2015).

Çizelge 2. Edinburgh göstergeler (CEC, 2017)

	Edinburgh Kent Merkezi		Edinburgh Bölgesi		İskoçya	
	2006	2016	2006	2016	2006	2016
Toplam (K Bin, M Milyon)	452K	507 K	1.26M	1.36M	5.13M	5.4M
Çalışma Çağındaki (16-64) Nüfus	315,000	354,000	840,000	891,000	3.370.000	3.490,000
65 yaş üstü	68K	76K	198K	242K	838K	998K

TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu
International Geography Symposium on the 30th Anniversary of TUCAUM
 3-6 Ekim 2018 /3-6 October 2018, Ankara

Nüfus Yoğunluğu (km2)	1,719	1,929	162	175	66	69
Nüfus Artışı 2006 – 2016		12.2%		8.2%		5.3%
Sektörlere göre istihdam, 2015						
Sektör	Edinburgh (Sayı)	Edinburgh %	UK Kentler Ort. %	Önemli %	İskoçya %	
Sağlık	50,000	15.40%	14.80%		16.30%	
Finans & Sigorta	35,000	10.80%	5.20%		3.40%	
Konaklama & yeme – İçme	31,000	9.60%	6.70%		8.10%	
Eğitim	30,000	9.30%	10.10%		7.60%	
Profesyonel, bilim ve teknik	29,000	9.00%	9.20%		6.60%	
Perakende	28,000	8.60%	8.80%		9.60%	
Ticaret yönetim ve destek hizmetleri	25,000	7.70%	10.20%		7.30%	
Kamu sektörü ve savunma	19,000	5.90%	4.80%		6.00%	
Sanat, eğlence ve rekreasyon	16,000	4.90%	4.00%		4.20%	
Bilgi iletişim	15,000	4.60%	3.40%		2.50%	
Toplam	324,000					
Not: Önemli kentler Birmingham, Bradford, Bristol, Glasgow, Leeds, Liverpool, Manchester ve Sheffield						
Yıllık kazanç (medyan)	Londra	Edinburgh	Leeds			
Kişi başı (2016)	£33,776	£29,456	£27,861			
Gayrisafi Katma Değer	Edinburgh 2015 (£ milyon)	%				
Kamu sek., eğitim, sağlık	4237	26.31187				
Finans & Sigorta	4165	25.86475				
Dağıtım, taşımacılık konaklama ve gıda	2424	15.0531				
Ticaret	223	1.384835				
Emlak	1821	11.30845				
Bilgi iletişim	1098	6.818605				
İnşaat üretim	1005	6.241073				
Diğer hizmetler ev işleri	622	3.862634				
İmalat	508	3.154692	Toplam	16103		
İşsizlik	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	7.0%	6.6%	7.1%	5.6%	5.4%	4.4%
Yükseköğretim kurumlarına devam eden öğrenci sayısı, 2016			Lisansüstü 16,655	Lisans43,600		
Yükseköğretim kurumlarına devam eden öğrenci sayısı, 2015			AB dışı 10,880	AB 6,885 UK42,490		
Turizm, 2015	İç turizm	Dış turizm	Toplam			
Ziyaretçi sayısı	2.47milyon	1.54 milyon	4.01 mil.			
Geceleme sayısı	7.41 milyon	6.94 milyon	14.36 mil			
Ort. Kalış (Gece)	3.0	4.5	3.6			
Turist Harcaması	£786 milyon	£676 milyon	£1,462milyar			
Ort. Günlük Harcama	£106.03	£97.36	£101.84			
Turist başı ort. Günlük harcama kalemleri						

TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu
International Geography Symposium on the 30th Anniversary of TUCAUM
 3-6 Ekim 2018 /3-6 October 2018, Ankara

Yıl	2013	2014	2015
Konaklama	£29.15	£34.13	£34.19
Yeme – içme	£20.61	£23.43	£24.85
Alışveriş	£14.52	£17.63	£17.43
Eğlence	£8.27	£9.34	£10.80
Seyahat / ulaşım	£4.00	£5.43	£5.46
Önemli festival katılımcıları (2016; 50,000 kişi üstü)			
Festival	Katılımcı Kişi		
Edinburgh Festival Fringe	2,475,100		
Edinburgh International Festival	452,300		
Edinburgh International Book Festival	360,000		
Edinburgh Art Festival	250,900		
Royal Edinburgh Military Tattoo	225,500		
Edinburgh Hogmanay Street Party	75,000		
Edinburgh International Film Festival	60,900		
Edinburgh Jazz & Blues Festival	67,500		

2.3. Euskadi, País Vasco, Basque Country

İspanya'nın Bask Bölgesi (Euskadi, País Vasco, Basque Country) TRAl Bölgesi için bazı özellikleri ile örnek olabilecek niteliktedir. Bölgenin nüfusu 2017 yılında 3.174.565 kişidir. Bölge başkenti Vitoria-Gasteiz olan Araba/Álava, Bilbao olan Bizkaia ve San Sebastian olan Gipuzkoa adlı üç alt bölgeden oluşmaktadır. Çizelge 3'te bazı göstergeleri verilen Bilbao şehri çok önemli bir değişim geçirmiş ve ekonomi ve planlama literatürüne girmiştir. Önceleri ekonomisi demir – çelik, gemicilik gibi ağır sanayiye dayanmaktayken bugün sanayinin GSKD içindeki payı %6.9' gerilemiştir. Dönüşüm ağır sanayinin terk edilerek ekonomik çeşitliliğin artırılmasına neden olmuş ve başta turizm altyapısının ve kapasitesinin geliştirilmesi olmak üzere bilgi – iletişim teknolojisi, eğitim ve üniversitelerin statik etkisinin elde edilmesi konularında önemli mesafeler kat edilmiştir. Hizmetler sektörü kent ekonomisinde %87.6'lık bir etkiye sahiptir (Çizelge 3). Bölgede yer alan şehirlerin tarihi, kültürel, sanatsal ve gastronomik değerleri ile doğal güzellikleri turizmin hizmetine sunulmuştur. Bölgede turizm sektörüne özel yükseköğretim ve özel teknik eğitim kurumları kurulmuş, bölgesel yönetim ile bölgesel kalkınma ajansı tarafından sektörün gelişimine yönelik politikalar uygulamaya başlanmıştır. Bask bölgesinin tamamında 2017 yılında gelen toplam turist sayısı 3.174.565 kişi olup bunun 1.931.400'ini yerli turistler oluşturmaktadır. Toplam geceleme sayısı 6.292.064 iken ortalama ziyaretçi başına geceleme sayısı 2'ye yakındır. Bilbao'nun bulunduğu bölgede ise turist sayısı 2017'de 1.500.237 ve geceleme sayısı 2.921.330'dır ve geceleme ortalaması ise 1.95'tir (<http://en.eustat.eus/banku/indexArbol.html>).

Çizelge 3. Bilbao'ya ait bazı göstergeler

Gösterge	Yıl	Değer
Nüfus	2017	342.397
Nüfus yoğunluğu (kişi/km2)	2017	8.435,50
Yüz ölçümü (Ha)	2014	4.059
65+ nüfus (%)	2017	23,74
Yurtdışı doğumlu (%)	2016	35.773
Üniversite Mezunu (%)	2016	67.973
İşsizlik oranı (%)	2016	18,7
Kişi başı gelir (€)	2015	16.797
GSYİH kişi başı (%)	2012	30.889,50
Ekonomik aktivite GSKD Sanayi %	2012	6,9
Ekonomik aktivite GSKD Hizmetler %	2012	87,6
İstihdam	2017	150.009

http://en.eustat.eus/municipal/datos_estadisticos/bilbao.html

2.4. Edmonton

Kanada'nın güneyinde Alberta Eyaletinin başkentidir. Kent, iklim özellikleri açısından TRA1 illeri arasında Erzurum'a oldukça benzer özellikler göstermektedir. Kente dair bazı veriler Çizelge 4'de verilmektedir. Buna göre kent nüfusu 2017'de 932.546, kişi başı geliri 100 bin USD üzerindedir.

Çizelge 4. Edmonton'a ait bazı göstergeler

	2017	2016	2015	2014	2013
Nüfus	932,546	932,546	877,926	877,926	817,498
Yüz ölçümü (km ²)	700	700	700	700	700
İnşaat ruhsat harcı bedelleri (\$000)	\$ 3.558.859	\$ 4.069.333	\$ 4.504.748	\$ 4.624.608	\$ 3.966.199
Yeni başlayan konut inşaatı sayısı	8,506	7,263	13,311	9,798	10,634
Hane halkı medyan geliri					
Metro Edmonton	\$ 101,870	\$ 101,870	\$ 101,870	\$ 101,470	\$ 98,480
Alberta	\$ 100,300	\$ 100,300	\$ 100,300	\$ 100,750	\$ 97,390
Canada	\$ 80,940	\$ 80,940	\$ 80,940	\$ 78,870	\$ 76,550
İşsizlik oranı (%)					
Metro Edmonton	8.1	7.4	6.0	5.1	4.8
Alberta	7.8	8.1	6.0	4.7	4.6
Canada	6.3	7.0	6.9	6.9	7.1
Edmonton çalışan nüfus (kişi)	14.700	15.180	14.866	14.352	13.824

Edmonton'da Ekim 2012'de "For the Love of Winter: Strategy for Transforming Edmonton into a World-Leading Winter City" (Edmonton kentini dünyanın önde gelen kış kentine dönüştürmek için kış aşkı stratejisi) adındaki strateji belgesini kent konseyi onayladı ve Edmonton kenti dünya kış kentleri arasında önde gelenlerden biri haline geldi. Kış Kenti Stratejisi uzun yıllara dayalı olarak toplum önderliğinde geliştirilen bir stratejidir. Geniş katılımlı bir gönüllü grubu (WinterCity Think Tank) sıradan ve sıra dışı kentlilere danışarak ve pek çok topluluk ve örgütten fikirler alarak Kış Kenti Stratejisini geliştirdi. Stratejinin 4 eksen altında kurgulanmış 10 hedefi vardır. Bu dört eksen; Kış Yaşamak, Kış Tasarlamak, Kış Ekonomisi, Kışın Hikayesi (Edmonton.ca/wintercitystrategy) şeklindedir. Bu on hedef ise; "kışı yaşamak" altında (WINTER LIFE), Hedef 1. Dışarı çıkmayı ve oynamayı kolaylaştırmak: dış mekan aktiviteleri için daha fazla imkan sağlamak, Hedef 2: yaya, bisiklet ve toplu taşımayı kullananlar için kış ulaşım imkanlarının geliştirilmesi şeklindedir. "Kış tasarlamak" (WINTER DESIGN) için; Hedef 1: Kış eğlenceleri, kışın güzellikleri ve kışa olan ilginin artması için kentsel tasarım unsurlarının kullanılması, Hedef 2 kış güvenliği ve konforu için topluluklarımızı şeklidir. "Kış ekonomisi" (WINTER ECONOMY) için; Hedef 1, Edmonton'ın Kış Festivallerinin kapasitesinin ve sürdürülebilirliğinin artırılması, Hedef 2.Dört Mevsim Patio Kültürünün geliştirilmesi, Hedef 3. Caddelerin ve kamusal alanların ekonomik hareketliliğini arttırmak, "Kış Hikayeleri" (WINTER STORY) için ise Hedef 1. Soğuk bir iklimde mevsimin tadını çıkarıp günlük yaşamı eğlenceli hale getirmek, Hedef 2 Edmonton'ın Kuzeyli Hikayesini yerel, ulusal ve uluslararası seviyede tanıtılması, Hedef 3. Kış Kenti Stratejisinin uygulamaya geçirilmesinin teşvik edilmesidir.

3. Sonuç ve Değerlendirme

Öngörü literatürü içerisinde öncü bölge olarak ele alınan Andorra, Pais Vasco (Bilbao), Edinburgh ve Edmonton bölge ve kent merkezleri TRA1 Bölgesi ve illeri için çeşitli özellikleri ile model olabilecek niteliktedirler. Bu bölgeler bu özellikleri ile mevcut strateji belgesinin senaryo ve stratejilerine de ilham kaynağı olmuşlardır. Bu noktada,

Andorra	Kış turizmi	Vergisiz/düşük vergili alışveriş
Edinburgh	Hizmetler sektöründeki gelişim (Eğitim ve finans, turizm)	Üniversitelerin katkısı
Pais Vasco	Dönüşüm, turizm ve hizmetler	Üniversitelerin statik katkısı (teknoparklar)
Edmonton	Kış kenti gelişimi kurgusu	Kış turizmi

TRA1 Bölgesi kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Türkiye'nin önemli kış turizm merkezlerinden Palandöken Kış Turizm Merkezi'nin yer aldığı Erzurum, 2011 UNIVERSIADE Kış Oyunları'nın ardından güçlü kış turizm altyapısına kavuşmuştur. Bu arada Erzincan'da 2012 yılında Ergan Dağı Kış Turizm Merkezi işletmeye girmiştir. Kış turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, yerel halkın turizmden gelir elde etmesi ve turizmin tüm yıla yayılmasına yönelik Andora ve Edmonton'da yürütülen başarılı çalışmalar bölge için örnek olacak niteliktedir. Bütün bunlar ele alındığında, TRA1 Bölgesi için turizm sektörünün tek başına geliştirilerek kalkınmaya motor görevi görebileceği mümkün görünmemektedir. Bu nedenle turizm sektörünü eş zamanlı olarak destekleyebilecek, sermaye birikimi oluşturabilecek, turizmin hizmetine sokabileceği ürünleri olabilecek sektörlerin de bölgede geliştirilmesi için çaba harcanmalıdır. Bu sektörlere gelişim senaryolarında tematik olarak yaklaşmıştır. Bu nedenle Bayburt için Andorra örneğinden yola çıkılarak (Dutyfree) alışveriş, Erzurum'a ağırlıklı olarak Edmonton sonrasında Edinburgh ve Pais Vasco örneğinden yola çıkılarak hizmetler (finans, ticaret, turizm ve bilgi – iletişim, eğitim, sağlık) ve Erzincan'a da bu iki tüketim merkezine gıda ve lojistik sağlama açısından tarımsal üretimle beraber imalat sanayinin geliştirilmesi ön görülmüştür. Bu nedenle, Bayburt ve Erzurum kırsalında özellikle hayvancılık özelinde devam eden tarımsal üretim faaliyetlerinin devamlılığı esas olurken bu üretimin Erzincan'daki ağırlıklı üretime destek olacak hatta işleme ve imalat tesislerine hammadde sağlayacak nitelikte olmasına katkı sağlanacaktır. Bunun yanında, özellikle turizm ve hizmetler ağırlıklı bir tematik/sektörel gelişmeden kaynaklı insan hareketliliğine yönelik yenilikçi ürün tasarımları ile yerel ürünlerin sunulması da tarımsal ve sanayi üretiminin ana tüketim kaynağı ve pazarı olacaktır.

Ele alınan öncü bölgelerde başarı hikayelerinin en önemli unsurunun insan kaynağının niteliği ve sosyal sermaye faktörü olduğu görülmektedir. Bahsi geçen bölgelerde çok güçlü bir katılımcılık, ortak hedefe yerel aktörlerin kilitlenmesi, gönüllü olarak çok sıkı işbirliklerinin yürütülmesi gibi TRA1 Bölgesinde geliştirilmesi gereken unsurların olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle, mevcut strateji ve eylem planının uygulama aşaması TRA1 Bölgesinde mesleki ve sosyal anlamda sivil toplum birliktelikleri, ortak karar alma ve iş yapma kültür ve becerileri, özel sektörün organize olma kabiliyeti, yerel aktörlerin ortak idealler etrafında iş birliği güç birliği yapması gibi hedefleri gerçekleştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Bayburt'un düşük vergili / vergisiz alışveriş bölgesi olmasına dair bir dayanak olarak ilin ülkede toplam gelir tahsilatı içinde payı en düşük il olması gösterilebilir (Tunceli, Ardahan ve Kilis % 0,02 oranıyla, Bayburt ise % 0,01 oranıyla sıralamanın sonundadır; (Çizelge 5).

Çizelge 5. İller İtibariyle Genel Bütçe Vergi Gelirleri

SIRA NO	İLLER	BRÜT TAHAKKUK	BRÜT TAHSİLAT	TAHSİLAT NİSPETİ (2) (%)	TOPLAM TAHSİLAT İÇİNDEKİ (2) PAYI (%)	TOPLAM TAHAKKUK İÇİNDEKİ (2) PAYI (%)
1	İSTANBUL	326.238.589.040,00	275.339.752.472,00	84,4	44,02	42,91
2	KOCAELİ	77.405.999.103,00	71.899.579.608,00	92,89	11,49	10,18
3	ANKARA	85.437.417.769,00	68.841.135.278,00	80,57	11,01	11,24
4	İZMİR	77.926.982.940,00	67.064.446.121,00	86,06	10,72	10,25
5	BURSA	22.914.007.174,00	18.249.789.330,00	79,64	2,92	3,01
6	MERSİN	13.384.773.969,00	11.567.757.608,00	86,42	1,85	1,76
7	HATAY	9.172.834.830,00	7.681.026.133,00	83,74	1,23	1,21
8	ANTALYA	11.228.248.888,00	7.572.963.496,00	67,45	1,21	1,48
9	TEKİRDAĞ	7.734.177.238,00	6.535.599.437,00	84,5	1,04	1,02
10	ADANA	9.113.610.574,00	6.219.562.256,00	68,24	0,99	1,2
...						
28	ERZURUM	1.632.432.706,00	1.222.900.302,00	74,91	0,2	0,21

TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu
International Geography Symposium on the 30th Anniversary of TUCAUM
3-6 Ekim 2018 /3-6 October 2018, Ankara

....						
66	ERZİNCAN	445.384.367,00	335.135.517,00	75,25	0,05	0,06
....						
71	BARTIN	466.026.824,00	337.186.865,00	72,35	0,05	0,06
72	BİNGÖL	346.859.908,00	268.027.076,00	77,27	0,04	0,05
73	ÇANKIRI	332.714.784,00	258.636.601,00	77,74	0,04	0,04
74	SİNOP	357.124.319,00	258.960.910,00	72,51	0,04	0,05
75	HAKKARİ	544.928.556,00	197.316.095,00	36,21	0,03	0,07
76	İĞDIR	291.156.748,00	201.635.629,00	69,25	0,03	0,04
77	GÜMÜŞHANE	189.243.594,00	150.220.910,00	79,38	0,02	0,02
78	TUNCELİ	139.802.099,00	127.398.014,00	91,13	0,02	0,02
79	ARDAHAN	129.937.858,00	108.740.184,00	83,69	0,02	0,02
80	KİLİS	304.795.162,00	153.770.176,00	50,45	0,02	0,04
81	BAYBURT	116.444.626,00	90.147.555,00	77,42	0,01	0,02
	TOPLAM	760.214.267.449	625.512.313.993	82,28	100	100

Kaynak: Muhasebat Genel Müdürlüğü (2017 Yılı Aralık Sonu İtibariyle (TL))

Oysa Andorra ile kıyaslandığında (Çizelge 6), Bayburt'un potansiyel olarak avantajlı olmasına rağmen gösterge olarak oldukça geride olduğu görülmektedir.

Çizelge 6. Andorra ve Bayburt'a ait bazı göstergeler

	Andorra	Bayburt
Yüzölçümü	468 km ²	2.705 km ²
GSYİH	2.859 milyar dolar	90.147 milyon TL (ödediği vergi)
Nüfus	80.417	77.281
Turist sayısı	8.057.325	İstatistiğe girmeyen
Öncü sektörler	Finans, ticaret, turizm	Hayvancılık, imalat sanayi, hizmetler (kamu)

Referanslar

EUCoR. (2016). Regional Innovation Ecosystems; Learning from the EU's Cities and Regions CoR guide https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/QG0116501ENN_002.pdf

KUDAKA (2014). *Kuzeydoğu Anadolu Bölge Planı*. <https://www.kudaka.org.tr/sayfa-kudaka-bolge-plani-dokumanlari>