

ÜNİVERSİTE-SANAYİ-KENT ETKİLEŞİMİ VE BİR MARKALAŞMA STRATEJİSİ OLARAK: BİLİM KENT UYGULAMALARI VE ISPARTA ÖRNEĞİ

Orhan ADIGÜZEL¹
Döndü SÖNMEZ ÖZKAN²

ÖZET

Türkiye'nin ulusal ve uluslararası arenada sürdürülebilir rekabetçi güç elde edebilmesi noktasında, bölgesel ve yerel kalkınmanın sağlanarak belirli kentlerin cazibe merkezi haline dönüştürülme süreci stratejik önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, bölgesel kalkınma noktasında Isparta iline yönelik çabalar tartışılmaktadır. Ayrıca, Üniversite-Sanayi ve Kent etkileşiminin Isparta bölgesinin rekabet avantajı elde etmesinde ve marka şehir olmasında ne gibi katkılar sağladığının belirlenmesi ve marka şehir stratejisi olarak bilim kent uygulamalarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Üniversite- Sanayi- Kent Etkileşimi, Bilim-kent, Kent Markalaşması, Isparta.*

UNIVERSITY INDUSTRY CITY INTERACTIONS AND AS A BRANDING STRATEGY: SCIENTIFIC CITY APPLICATIONS AND A CASE OF ISPARTA

ABSTRACT

In order to obtain the strategic power concerning the sustainable competitive strategy internationally, transformation of the some towns into a center of attraction by means of local and regional growth is strategically important. Therefore, in this study, the struggles about the city of Isparta about the regional growth have been discussed. Additionally, it is aimed that the contribution of the interaction between university-industry and city in terms of getting the competitive advantage of the city of Isparta, and being brand city is determined and it is aimed to reveal the implementations of the science city as a strategy for brand city.

¹ Doç. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi,, Isparta, Türkiye, orhanadiguzel@gmail.com

² Öğr. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi Uzaktan Eğitim Meslek Yüksek Okulu, , Isparta, Türkiye, sumeyyeozkan81@gmail.com

Key Words: *University, industry and city interaction, Science city, City Branding, Isparta*

GİRİŞ

Türkiye'nin ulusal ve uluslararası arenada sürdürülebilir rekabetçi güç elde edebilmesi noktasında, bölgesel ve yerel kalkınmanın sağlanarak belirli kentlerin cazibe merkezi haline dönüştürülme süreci stratejik önem arz etmektedir. Bu süreçte ülkelerin kullandığı çeşitli politikalar ve uzun-kısa dönemli planlar mevcuttur. Son yıllarda bölgesel ve yerel kalkınma çabalarının, ülke kalkınmasında etkin rol oynadığı çeşitli çalışmalar ve dünyadaki örnekleriyle ortaya konulmaktadır. Bu çalışmada, bölgesel kalkınma noktasında Isparta iline yönelik çabalar tartışılmaktadır. Üniversite-Sanayi ve Kent etkileşiminin Isparta bölgesinin rekabet avantajı elde etmesinde ve marka şehir olmasında ne gibi katkılar sağladığının belirlenmesi ve marka şehir stratejisi olarak bilim kent uygulamalarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmada üniversite-sanayi-kent etkileşimleri ile kent markalaşma kavramı ve bu çerçevede bilim-kent uygulamaları tartışılacaktır. Bu doğrultuda Isparta ilinin markalaşma sürecine etki eden faktörler incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTENİN SANAYİ VE KENTLE ETKİLEŞİMİ

Günümüzde kitlelerin en fazla rağbet gösterdiği alan bilim ve teknoloji alanıdır. Çünkü bilim ve teknolojinin yansımaları ve toplum üzerindeki olumlu faydaları, diğer alanlara kıyasla hemen fark edilmektedir (Kuyumcu ve Erdoğan, 2008:247). Söz konusu faydaların toplum içerisinde etkin ve çoğulcu bir şekilde kendini göstermesi, ekonomik büyüme ve kalkınmayı beraberinde getirmektedir. Bu yüzden toplumun ilerlemesi ve geleceğe güvenle bakabilmesi adına, bilim ve teknolojiye yapılan yatırımlar büyük önem taşımaktadır. Bu önemin farkındalığı ile gerekli stratejileri izleyen ülkeler, uluslararası arenada üstünlük sağlamaktadır (Çalışır ve Gülmez, 2010:24). Ülkeler arası olan bu rekabette bireysel başarılar birleşerek ulusal başarıya dönüşür. Ancak sözü edilen başarıların gerçekleşmesi için, sektörler arası işbirliği gerekmektedir. Örneğin; üniversitelerde akademisyenler ve yaklaşımları, üniversitelerin bilgi paylaşım yetenekleri, kamu kaynaklarının tarafsız dağılımı ve akılcı kullanımı, sivil toplum kuruluşlarının da görev bilinci taşıması gibi farklı sektörlerle aynı paydada buluşma, sorunların çözümüne katkıda bulunabilir. Bu anlamda aynı paydada buluşarak, bilimi ve teknolojiyi bir araya getirip

bireylerin hizmetine sunan iki önemli sektörden biri üniversite, diğeri de sanayidir. Öncelikleri ve dünyaya bakışları zıt olan bu iki sektör arasında sağlanacak işbirliği ile globalleşen dünyaya daha iyi bir gelecek sunulması ümit edilmektedir (Kiper, 2010:5).

Üniversite-Sanayi Etkileşimi

Yükseköğretim kurumları, bireyleri hayata hazırlayan ve ülkeye nitelikli insan gücü kazandıran kurumların başında gelmektedir. Bununla beraber, bilgi ve teknolojileri bir arada kullanarak toplumun hizmetine sunma ve bilimsel araştırmalar ile sorunların çözümüne stratejiler geliştirme, üniversitelerin en önemli rolleri arasında sayılmaktadır (Sağlam, 2011:410; Budak ve Sürgevil, 2005:103). Bu rolleriyle beraber işsizliğin azaltılarak kişisel gelirin artması, toplumda refah seviyesinin yükselmesi ve bunları takiben ülke ekonomisine katkıda bulunması gibi bireysel ve sosyal faydaları da bulunmaktadır. Dolayısıyla üniversitelerin temel misyonu, bireylerin kişilik gelişimine ve entelektüel yaşamlarına rehberlik etme olsa da ekonomik getirileri göz ardı edilmeyecek boyuttadır (Görkemli, 2009:171).

Diğer yandan, üniversitelerde yapılan bilimsel çalışmaların sayısının ve niteliğinin artmasına karşın, bu çalışmaların teknolojiye dönüşümü yetersiz kalmıştır. Çünkü üniversite-sanayi etkileşimi veya işbirliği için ülkemizde çok geç kalınmıştır. Bu durum, olaylara farklı iki pencereden bakan ve değerlendiren iki unsurun ortak amaçlar doğrultusunda eylemlerini de geciktirmiş böylece hem bölgesel hem de ulusal kalkınmaya negatif etki göstermiştir (Geren vd., 2007:1).

Üniversite-Sanayi İşbirliği Kavramı ve Önemi

Üniversite sanayi işbirliği; üniversite ve sanayiye ait kaynakların belirli kural ve yöntemler kapsamında birleşmesi sonucunda yapılan eğitim-öğretim, araştırma geliştirme ve diğer hizmet faaliyetlerinin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Ömürbek ve Halıcı, 2012:251). Diğer bir ifadeyle üniversite-sanayi işbirliği; Ar-Ge olanaklarının artırılması ve yenilik kapasitesinin genişletilmesi amacıyla, üniversite ile sanayi arasında kurulan etkileşimdir. Bu etkileşimin argümanları; kimi zaman insan gücü veya araç-gereç, kimi zaman sanayinin ileri teknoloji alanları, kimi zaman da özelleşmiş eğitim hizmetleri olmaktadır (Tuncel, 2010:137).

Üniversite-Sanayi işbirliğinin önem arz eden yönü ise; kaynakların etkin ve akılcı kullanımı sayesinde hem bölgesel hem de ulusal ekonomi parametrelerini harekete geçirmesidir. Çünkü düşük maliyete kaliteli ürün elde etme açısından yüksek derecede verim elde edilmektedir (Konuk ve Öztürk, 2010:124). Bununla birlikte üniversitelerin yeni teknolojileri üretmesi, takip etmesi, değerlendirmesi ve sonuçlarını kamuoyuyla paylaşarak bireylerin hizmetine sunması, üniversite-sanayi işbirliği ile

mümkün olmaktadır. Aynı zamanda donanımlı ve kalifiye insan kaynakları ile işletmeyi bir adım daha ileriye taşıyacak nitelikli iş gücünün yetişmesi de üniversite-sanayi işbirliği sayesinde gerçekleşecektir. Yine bu işbirliği ile milli kaynakların israf edilmeden en etkin şekilde kullanılması ülkemizi kalkınmasına bir araç olacaktır. Bütün bu sayılanlar, işletmelerin küresel yarışta rakiplerini geride bırakarak başarılı olmalarının birer değişkenidir (Bayrak ve Halis, 2003:66).

Başarılı Bir Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Özellikleri

Üniversite-sanayi işbirliğinde tarafların her ikisini de başarıya götürecek başlıca özellikler şunlardır (Ömürbek ve Halıcı, 2012:251):

- Her iki taraf birbirini tanımalı,
- Süreci taraflardan biri başlatmalı,
- Süreçten her iki taraf da faydalanmalı,
- Çevre üniversitelerle iletişim sağlanmalı,
- Açılan programlar geleceğe yönelik planları kapsamalı,
- Tek yönlü yaklaşım hiç bir zaman benimsenmemelidir.

Ancak her zaman yukarıda sözü edilen özellikler, başlı başına yeterli olmamaktadır. Bu birlikteliğin sağlıklı bir zemine oturması ve gelişmesi için sağlam adımlar atılmalıdır. Atılması gereken en öncelikli adım, iki tarafı aynı amaç etrafında karşılıklı buluşturmadır. Bu buluşma ise amaçların farklılığına göre değişen ara yüz kurumları ile mümkün olmaktadır.

Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Göstergeleri

Üniversite-sanayi işbirliğinin somut göstergeleri olarak adlandırılan ara yüz kurumları şunlardır (Geren, 2007:1):

İşletme Geliştirme Merkezleri (İSGEM):"Küçük girişimcilerin iş kurmasını ve geliştirmesini destekleyen ve kolaylaştıran, dolayısıyla da işletmelerin hayatta kalma ve büyüme olanaklarını arttıran bir istihdam oluşturma ve iş kurma modelidir. İşletmelere işyeri mekânı, ortak kullanım donanımı, danışmanlık ve benzeri hizmetleri sunarak, işletmelerin başarısını artırmayı sağlamaktadır" (Kosgep Yönetmeliği, 2005:2).

*TÜBİTAK-Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezi Programı (ÜSAMP):*Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezi Programı (ÜSAMP), TÜBİTAK tarafından 1996 yılında başlatılan ve teknoloji ve endüstri alanlarında yapılan araştırmalar ile hem gelişmeyi hem de üniversite ve sanayinin etkileşimini sağlamak üzere kurulan bir programdır. 2006 yılı sonunda Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezi Programı (ÜSAMP) programı TÜBİTAK tarafından durdurulmuştur. Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezi Programı (ÜSAM) programı yerine TÜBİTAK Bilimsel

ve Teknolojik İşbirliği Ağları ve Platformları Kurma Girişimi Projeleri Destekleme Programı (İSBAP) programı yürürlüğe girmiştir. Buna karşın Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezi Programı(ÜSAMP)ile İSBAP programları arasında büyük farklar bulunmaktadır. Bu farklar, üniversite-sanayi işbirliğinin bünyelerinde tekno-kent bulunan üniversiteler ile sınırlı kalmasına neden olmaktadır (Geren, 2007:1).

*Yenilik Aktarım Merkezleri (IRC):*Yenilik Aktarım Merkezleri(IRC) Ağı1995 yılında, Avrupa Komisyonu tarafından bilgi, teknoloji ve insanlar arasında gerekli bağlantıları kurmak ve pazar problemlerini çözmek amacıyla kurulmuştur. Bu ağlar (IRC'ler), KOBİ'lere Avrupa çapında uzman yardımında bulunma ve uluslararası teknoloji ortaklıklarından yararlanmalarını sağlama sorumluluğunu taşırlar. Yenilik aktarım merkezleri genellikle, gelişmiş ülkeden gelişmekte olan ülkelere uluslararası teknoloji transferi yapmaktadır. Bu geçiş KOBİ'lere olumlu katkılar sağlamaktadır (Geren, 2007:1).

Teknoloji Geliştirme Merkezleri (TEKMER) ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TEKNOPARK): İleride ayrıntılı söz edilecektir.

Yukarıda söz edilen bu kurumlar, üniversite-sanayi işbirliğini gerçekleştirme ve devamlılığını sağlama amacıyla faaliyet göstermektedir.

Üniversite-Sanayi İşbirliği'nin Amaçları

Üniversite-sanayi işbirliği, genel bakış açısıyla sadece ekonomik getiri gibi görünse de özelde pek çok amaçla gerçekleştirilmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır (Ömürbek ve Halıcı, 2012:252):

- Üniversite ve sanayide; eğitici, öğretici, araştırmacı, uygulayıcı, üretici, denetleyici, planlayıcı gibi unvan ve niteliklerin kazandırılması veya geliştirilmesi,
- Sanayicilerin deneyim ve beklentileri üniversitelere iletilerek, bunların araştırma ve eğitim programlarında yer alması,
- Sanayi üretiminin kalite ve performansının artırılmasında üniversite potansiyelinden yararlanılması,
- Var olan Ar-Ge kaynaklarının optimal kullanılması,
- Rekabeti hızlandırmak amacıyla, orta ve uzun vadeli işbirliği programlarının yapılması,
- Ülkenin geleceğe yönelik hedeflerinde aktif görev ve sorumluluk bilincinin oluşturulması,
- Ülkenin kalkınmasına Ar-Ge çalışmalarıyla katkıda bulunulması,
- Üniversitelere maddi kaynak oluşumunun sağlanması,

- Sanayinin dışa bağımlı giderlerinin (araştırma, lisans, patent vb.) en aza indirilmesidir.

Bu amaçlarla ortaya konan işbirliğinin, Türkiye dışındaki ülkelerde “kazan kazan” politikası ile çok yönlü geri dönüşleri olmaktadır (Yörük ve Kurşunmaden, 2009:664). Ancak Türkiye’de üniversite-sanayi işbirliği arzu edilen düzeyde değildir. Bu durumun nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır (Konuk ve Öztürk, 2010:126):

- Üniversitelerin parasal sıkıntılarının varlığı nedeni ile Ar-Ge çalışmalarına bütçe ayıramaması,
- Üniversite çalışanlarının özlük haklarının iyileştirilememesi,
- Fiziksel alanların yetersiz olması ve araç-gereç donanımlarının tamamlanamaması,
- Büyük sanayi şirketlerinde görülen kurumsallaşma olgusunun küçük ve orta boy işletmelere yansımaması ve bunun sonucunda amatör yöneticilerin vizyoner açılım sağlayamaması,
- Türkiye’de kişi başına düşen yükseköğretim harcamalarının gelişmiş ülke seviyelerinden çok aşağıda olmasıdır.

Bu nedenlerin çözüme kavuşturulması ile sanayi-üniversite işbirliği daha iyi seviyelerde olabilir. Bunun yanında; üniversitelerin sanayi ile beraber kent ile ilişki ve etkileşim içinde olmalarının da somut avantaj ve kazanımları olacaktır. Örneğin; bölgeden öğrenci kayıt talebinde artış, yerel finansal destekler, eğitim-öğretim ve araştırma çalışmalarında işbirliği olanaklarının artması, firmalara danışmanlık ya da profesyonel eğitim hizmetleri karşılığında ek gelirler ve kentle bütünleşme yolunun açılması gibi avantajlar, bu etkileşim sonrasında üniversiteleri beklemektedir (Özek, 2010:101).

Üniversite-Kent Etkileşimi

Üniversitelerde verilen eğitim ve öğrenimin en temel amacı, bilgi çağı insanını yetiştirmektir. Bununla beraber üniversiteler yalnızca eğitim ile fayda sağlamamaktadırlar. Bünyesinde görev yapan idari ve akademik personelin istihdamı, var olan öğrenci potansiyeli ve bu kitleye hizmet sunan çok çeşitli işletmeler ile sosyo-ekonomik-kültürel olarak, kurulduğu kente ve bölge insanına fayda sağlamaktadırlar (Gültekin vd., 2008:264).

Üniversitenin Faydaları

Üniversitenin faydaları; bireysel, toplumsal ve ekonomik faydalar olmak üzere üç başlık altında incelenebilir (Görkemli, 2009:171):

Bireysel Faydalar: Özaslan ve arkadaşları (1989), bu kapsamda bireylerin eğlence ve tüketim algılarında değişikliğe neden olduğunu ileri

sürmüştür. Örneğin; kitap,tiyatro, sinema, spor, kültür, sanat gibi alanlara olan ilgi, üniversite ailesinde yüksek düzeydedir. Bir diğer faydanın da gelecek nesillerin yetişmesinde olacağını belirtmiştir. Yani eğitilmiş ebeveynleri eğitilmiş nesiller yetişmesi için önemli bir unsur olduğuna dikkat çekmiştir (Görkemli, 2009:171).

Toplumsal Faydalar: Borland ve arkadaşları (2000), “Returns to Investment in Higher Education” adlı çalışmalarıyla üniversitelerin yarattığı sosyal faydalar hakkında şu tespitlerde bulunmuşlardır (Görkemli, 2009:171):

- Üniversiteler tarafından oluşturulan sosyo-kültürel oluşumlar sosyal altyapının gelişmesine katkıda bulunur,
- Farklı bölgelerdeki insanlarla ticari, sosyal ve kültürel ilişkiler kurulur,
- Toplum içinde sosyal hareketliliği sağlar.

Ekonomik Faydalar: Munnich ve Nelson (2003), üniversitelerin şehirlerin ekonomik gelişimine istihdam, reklam, üretim, iş gücü, alım gücü ve marka oluşturma gibi konularda katkıda bulunduğunu belirtmiştir (Görkemli, 2009:171).

Kent Kavramı

Üniversite-kent etkileşimine geçmeden önce kentin tanımını yapmakta fayda vardır. Kent; toplumun yerleşme, barınma, çalışma, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçlarının karşılandığı, nüfusu küçük yerleşim birimlerine göre daha kalabalık olan yerleşim birimi olarak ifade edilmektedir (Zeren, 2012:96). Diğer bir ifadeyle kent; tarıma dayalı üretimin çoğunlukla yapılmadığı, ancak uzman mesleklerde yoğunlaştığı, anne, baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile yapısıyla, eğitim, öğretim ve kültürel faaliyetlerin yaygın olduğu yerleşim birimleridir. Bunun yanı sıra kentler yalnızca ikamet edilecek yer olmanın ötesinde, sosyal, siyasal, kültürel, tarihi ve ekonomik özellikleriyle de önem arz eden yerleşim yerleridirler (Başaran, 2008:18).

Üniversitelerin Kente Katkıları

Uluslararası literatürde, üniversitelerin kentlerin kalkınmaları üzerine olan etkilerinin araştırıldığı çok sayıda yayınlara karşılaşılmaktadır. Bu araştırmacıların biri olan Bleaney'e göre üniversiteler, hem harcama hem de istihdama ciddi katkılar sağlamaktadır. Phelps ise, üniversitenin bölge insanının bireysel geliri ve yine istihdam şekilleri üzerine anlamlı pozitif bir etkisinin olduğunu, bu yüzden gelişmekte olan ülkelerin az gelişmiş bölgelerine üniversiteler kurarak ekonomiye katkıda bulunulacağını ifade etmektedir (Akçakanat vd.,2010:166).

Diğer taraftan, çoğunlukla üniversitelerin kentlerden beklentileri ifade edilmekteyken, Florax kentlerin de üniversitelerden bir takım beklentileri olduğunu belirtmiştir. Bu beklentiler şunlardır (Gültekin vd, 2008:266):

- Bölgesel gelir ve işgücünü hareketlendirmesi gibi ekonomik beklentiler,
- Barınma, sağlık, iletişim ve ulaşımdaki toplumsal beklentiler,
- Kültürel aktivitelerin artmasına yönelik kültürel beklentiler,
- Okur-yazar oranının yükselmesi, anne ve bebek ölümlerinin azalması, köyden kente göç oranlarının düşmesi gibi eğitimsel ve demografik beklentiler olarak sıralanabilir.

Bu beklentilere paralel olarak; kentlerde üniversitenin varlığı, kenti sosyal, kültürel ve ekonomik yönlerden hem etkilemekte hem de değişimlerine sebep olmaktadır. Bölge insanının çocuklarını başka şehirler yerine kendi memleketlerinde yetiştirmenin yanında, üniversite öğrencilerine yönelik düzenlenen etkinliklerden bölge halkının faydalanması, kentteki işletmelerin genç kitleye yönelik farklılaşması, bunlara verilecek örneklerden bir kaçıdır. Ayrıca kentin problemlerine yönelik yapılan akademik çalışmalar da kentin gelişmesine de önemli etkilerde bulunabilir (Bayraktar, 2012:2). Aydemir (1994) ise, üniversitelerin kentin tercih edilebilirliğini artırdığını, böylece öğrenci ve kalifiye insan gücünün gelmesiyle nüfusun arttığını, bu artışın kamu ve üretim hizmetlerinde de artışa sebep olduğunu ve sonrasında yatırımcılara ilgi odağı olma gibi pek çok getirisini vurgulamıştır (Görkemli, 2009:171).

Üniversitelerin kentler üzerinde oluşturduğu değişimler, yalnızca nüfus ile sınırlı değildir. Özellikle üniversitelere bağlı olarak gerçekleşen doğrudan veya dolaylı harcamalar, kentin ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalara bakıldığında aynı yargının savunulduğu görülmektedir. "Örneğin 1992'de kurulan bazı üniversitelerin, 2007 yılı bütçe harcamaları incelendiğinde, sadece kurumsal harcamaların bile büyük boyutlara ulaştığı gözlenmektedir. Üniversitelerin idare raporlarından alınan veriler, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nin 2007 yılındaki harcamasının 85 milyon dolar düzeyinde olduğunu gösterirken; bu rakam Kocatepe Üniversitesi'nde 45, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde ise 46 milyon doları bulmaktadır". Bu harcamalar özellikle küçük ve orta büyüklükteki kentleri hızlı büyüme sürecine itmektedir (Işık, 2008:162).

Üniversitelerin kente faydalarının yanında kentteki halka karşıda bazı sorumlulukları bulunmaktadır. Shils, bunlara örnek olarak şunları sıralamaktadır (Gültekin vd., 2008:266):

- Eğitim-öğretim hizmeti sunması,
- Bünyesinde bulunan kütüphane, spor tesisler ve sosyal hizmetler gibi hizmetleri bölge insanlarına da sunması,
- Bölge sanayisi için araştırma ve inceleme ve danışmanlık hizmetleri yapması,
- Akademik personelin üniversite dışı sivil işlerde aktif olmalarıdır.

Üniversitelerin kente ve kent halkına sözü edilen faydalarından dolayı, üniversiteler bölgesel kalkınma aracı olarak değerlendirilmiş ve gelişmemiş bölgelerde açılması için teşvik edilmiştir. Bu teşviklerin daha fazla yer edinmesi için üniversitelerin tanıtılması önem taşımaktadır. Üniversiteleri tanıtımda kullanılan yöntemler şunlardır (Bayraktar:2012:15): "Yerel-ulusal basın, yüz-yüze ilişkiler, kurum yayınları ve diğer kitle iletişim araçları(fuarlar, festival ve yarışmalar, üniversitenin ve kentin organize ettiği konser,tören, kokteyl, kongre, panel vb.)".

Bütün bunlara ek olarak kentler, globalleşmeyle küçülen dünyada sakinlerini daha mutlu etmek için pazarlama faaliyeti yapma zorunluluğunu hissetmektedirler. Çünkü genişleyen iletişim ağıyla kentler de görücüye çıkmaktadırlar. Bugün bunu fark eden kent yöneticileri pazarlama iletişimine yatırım yapmaktan çekinmemekte ve kısa-orta-uzun vadeli pazarlama faaliyetleri ile bir marka olmayı hedeflemektedirler (Altunbaş, 2009:3).

İKİNCİ BÖLÜM

KENT MARKALAŞMASI

Son yıllarda marka çok yönlü olarak karşımıza çıkmaktadır (Aysen vd., 2012:184). Bu nedenle marka, yalnızca firma veya ürünleri kapsamamaktadır. Örneğin; ülkeler(Hollanda, Amerika), şehirler (Paris, Atina) ve insanlar da (Madonna, Elwis Presley) birer marka haline gelebilmektedir (Özdemir ve Karaca, 2009:114). Bu noktanın farkında olan işletmeler, rakiplerine fark atabilmek için marka oluşturma yolunu tercih etmektedirler. Başarılı bir marka oluşturma da; tüketicinin beklentileriyle var olan markalar kıyaslanarak elde edilen yeni ürünler sonucunda gerçekleşir. Rekabette başarıyı yakalamanın yollarından biri olarak adlandırılan markayı anlamak için daha yakından incelemek gereklidir (Çabuk ve Demirci Orel, 2008:103).

Marka Kavramı

Amerika Pazarlama Birliği markayı; "bir satıcı ya da satıcılar grubunun ürünlerini ve hizmetlerini tanımlamayı ve rakiplerinin ürünlerinden ve hizmetlerinden ayırmayı sağlayan isim, terim, işaret, sembol, dizayn ya

da bunların kombinasyonu” olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle, tüketicilerin zihinlerinde algılanacak ve yer edinecek şekilde hazırlanan ve ilgili ürünü benzerlerinden ayrıcalıklı bir konuma oturtan tüm etmenler marka çatısı altında toplanır (Öksüz, 2012:6).

Kentlerde Markayı Zorunluluk Yapan Sebepler

Dünyadaki marka yarışından tüm sektörler gibi kentler de etkilenmiştir. Şehirlerarası rekabetin gelişmesi sonucunda, şehirlere de marka penceresinden bakmak zorunlu hale gelmiştir (İçli ve Vural, 2010:260). Hanna ve Rowley, kentlere markayı zorunluluk haline getiren sebepleri şu şekilde sıralamaktadır (Özdemir ve Karaca, 2009:114):

- Uluslararası medyanın yükselen gücü,
- Uluslar arası yolculuk giderlerinin düşmesi,
- Tüketicilerin harcama potansiyelinin artması,
- Şehirlerde sunulan hizmetlerin benzerliklerinin çoğalması hatta birbirinin kopyası olması,
- Bireylerin kültürler arası farklılıklara olan ilgisinin çoğalması.

Kent Markalaşması Tanımı

Yukarıda sözü edilen etmenlerle kentlerin farklılaşmak adına markalaşmaya gitmeleri, kent için güçlü bir imaj oluşturmada önemli bir uygulamadır. Bu bağlamda kent markalaşması; “Ürün veya hizmetlere ait markalaşma stratejilerinin kent üzerinde tatbikiyle, kente ve kentliye dair her tür çıktıya değer katmak suretiyle insanların zihninde olumlu bir algı oluşumunun yolunu açmayı amaçlayan, mevcut ya da potansiyel misafirleri /müşterileri için çekim merkezi haline gelmek iddiasında olan kentler tarafından yapılan faaliyetlerin göstergesi” olarak tanımlanabilir (Zeren, 2010:97).

Markalaşmada temel hedef bilinirliği sağlamaktır. Bu amaçla görsel, işitsel ve sanal olmak üzere pek çok basın-yayın grubundan yararlanılır. Ürünün bilinirliği sağlandıktan sonra, ürün yavaş yavaş marka haline dönüşür. Kentte markalaşma için, öncelikle şehrin alt yapısı ve sosyal görünümü düzenlenmelidir. Bunun yanında kentin var olan potansiyelinin ortaya çıkarılarak, kurumlar ve sektörler arası paylaşımın ve iletişimin artması sağlanmalıdır. Sonrasında ise kente ait ortak değerlerden yola çıkarak bütün görüşlerin değerlendirilmesi ve uzlaşmayla kararların alınması gerekmektedir (İri, 2011:81). Aksi durumda istenilen hedefe ulaşılamaması söz konusudur. Başka bir açıdan kent markalaşması, kente çekicilik kazandırma süreci olarak da ifade edilmektedir. Özellikle küreselleşen dünyada kentler arası rekabetin de küreselleştiği göz önüne alınırsa, pek çok kentin bu yarışta önde olmasının yolu yeni bir imaj, yeni bir kimlik, yeni bir

marka oluşturmasından geçmektedir (Cevher, 2012:108). Ancak kentin var olan durumunu geliştirerek yeni bir kimliğe bürünmesi, uzun ve sabır isteyen bir süreç istemektedir. Bu sürecin sonunda oluşan kent markasının da diğerlerine fark atması ve farklılıklarını devam ettirebilmesi için bir takım şartları taşıması gerekmektedir. Kotler ve arkadaşları bu şartları şöyle açıklamışlardır (Marangoz vd., 2010:688): "Geçerli, inandırıcı, çekici, ayırt edilebilir, açık ve yalın olma".

Kentlerin markalaşma sürecinde yukarıda sözü edilen şartlarla birlikte; kentin tarihi, coğrafi, kültürel ve ekonomik özellikleri de önemli bir fark oluşturur (Eroğlu, 2007:68). Bu özelliklere yalnızca kente dönen ekonomik göstergeler olarak bakılmamalı, yanı sıra toplumun tüm katmanlarını birleştiren bir unsur ve sosyal bir kimlik olarak da değerlendirilmelidir (İçli ve Vural, 2011:271).

Kent Markasının Unsurları

Kentler; yönetsel, sosyal, kültürel, ekonomik, fiziksel ve işlevsel boyutlarıyla çok yönlü olan yapılardır. Bu yüzden kent markalaşmasının unsurlarının da bu boyutlarla değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu unsurlara sırasıyla değinmeden önce şu noktanın altını çizmek gerekmektedir. Söz konusu unsurlar kesin hatlarla birbirinden ayıramayacağı gibi birbirlerini etkileme özelliğine sahiptirler. O yüzden birinin sonucu diğerine sebep olabilmektedir. Sözü edilen bu unsurlar şunlardır (Zeren, 2012:98):

Fiziksel Unsurlar: Kentlerin sahip olduğu fiziksel özellikler, markalaşmada önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan kentin fiziksel özelliklerinin reklamının etkileyici şekilde sunulmasıdır. Örneğin, İstanbul Boğazı, Venedik Kanalları, Hawaii Sahilleri, Antalya Falezleri gibi kentlere özgü özellikler, adı geçen kentleri marka yapmaya yetmektedir. Ayrıca New York ve Manhattan gökdelenleriyle, İstanbul camileriyle, Moskova Kremlin Sarayıyla, Paris Eiffel Kulesi gibi yapılar da kentlere öznellik katan unsurlardır ve buldukları kentlerle özdeşleşmişlerdir (Zeren, 2012:98).

Tarihsel Unsurlar: Kentler, ilkel çağlardan itibaren pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle tarihi geçmişe sahip veya tarihi eser bulduran şehirler, marka şehir olma konusunda çok şanslılardır. Bu konuda İstanbul, Mısır Piramitleri, Çin Seddi gibi dünyanın yedi harikasını üzerinde bulduran şehirler, bu eserler ile markalaşmışlardır (Eroğlu, 2007:68).

Sosyokültürel Unsurlar: Her bölgenin kendine özgü yerleşmiş olan kültürel özellikleri, kentler için markalaşma yolunda önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, şehirlerle özdeşleşen kişilerin varlığı markalaşmaya katkıda bulunmaktadır. Konya denince Mevlana'nın hatıra

gelmesi, buna güzel bir örnektir. Yine bölgede yetişen veya üretilen ürünler, kültürel farklılıkları anlatan yollardan biridir. Maraş dondurması, Antep baklavası, Adana Kebabı, Isparta gülü ve halısı gibi örnekler, şehirlerle simge haline gelmiş, kültürümüzü anlatan gıda ve ürünlere örnek olarak gösterilebilir (Eroğlu, 2007:68).

İşlevsel Unsurlar: Bir kenti diğerlerinden ayıran ve marka değerlerini arttıran önemli bir unsur da işlevselliğidir. Bir kentin sahip olduğu işlevsel özellikleri arasında; sanat, kültür, spor, eğitim, eğlence, ürün ve hizmetler, sergi, fuar, sanayi, ulaşım gibi birçok alanda merkezi konumda bulunması yer almaktadır (Zeren, 2012:99).

Yönetimsel Unsurlar: Kentlerin markalaşmada değer kazandıracak önemli özelliklere sahip olması, tek başına yeterli değildir. Bu noktada kent yöneticilerinden başlayan bir dizi aktörün de sürece dahil edilmeleri ve hatta söz konusu aktörlerden onay alındıktan sonra yola devam edilmesi mümkün olmaktadır. Sözü edilen aktörlerden bölgesel olanları; kamu, özel sektör, sivil toplum örgütleri ve kent sakinleri olarak sıralanabilir (Zeren, 2012:99).

Bu unsurlara ek olarak bilim merkezleri kent ekonomisine katma değer sağlayan önemli bir aktördür. Ayrıca bilim merkezlerinin kentlere tıpkı müzelerde olduğu gibi ziyaretçi ve ilgi çekebilme potansiyeli vardır. Buradan hareketle, bilim merkezleri gibi çok fonksiyonlu ve sembol yapıların bir kentin markalaşmasında önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Görkemli ve Solmaz, 2012:104).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİLİMKENT ve BİLİMKENT UYGULAMALARI

Bilgi ve teknolojinin bir arada kullanılmasıyla oluşan gücün, ülkeler planındaki öneminden söz edilmişti. Öyle ki ülkelerin gelişmişlik düzeyleri bilim ve teknolojiyle olan ilişkilerine bakılarak ölçülmektedir (Çiftçi, 2004:58). İşte bu önemden dolayı, bilgi ile ilgili her türlü eylemin gerçekleşmesi için standardize edilmiş kural ve kurumlara gereksinim duyulmaktadır. Devlet bu amaçla ilgili politikaları oluşturarak gerekli organizasyonları yapmak durumundadır. Bu alanda yapılan çalışmaların en somut göstergesi, yeni ve ileri teknolojileri üretmeyi amaçlayan bilim ve teknolojileri merkezlerinin kurulmasıdır. Ülkenin çeşitli üniversite ve araştırma kurumlarında görev yapan bilim adamlarına birlikte çalışma imkanı sağlayan bu merkezler, Ar-ge harcamalarının etkin kullanılması bakımından da önemli bir rol oynamaktadır. Adına bilgi kentleri veya bilim kentleri denilen bu merkezler, ülkelerin ilerlemesinde itici bir güç görevi üstlenmektedirler (Ütük, 2002; Sultansoy, 2001:1).

Bilim-Kent Tanımı

Bilim kent şehir merkezinden uzakta, adeta izole edilmiş bir bölgede, yalnızca bilim adamı ve laboratuvarların bir araya gelmesi anlamına mı gelir? Veya sonuca dayalı çalışmadan başka sorumlulukları da var mıdır? Bilim kentini anlamak için öncelikle bu soruları cevaplamak gerekir. Bilim kenti; sosyal hayattan kopuk, yalnızca bilim adamlarını içine aldığı ve amacı sadece üretim olduğu sürece, hedeflediği noktaya ulaşamayabilir ya da ulaşsa da istenilen verimi elde edemeyebilir (Öz, 2009:1). Bu bakımdan bilim kentini çok yönlü olarak tanımlamak gerekir.

Ütük (2000)'e göre bilim kent; "yeni teknoloji ürünlerinin araştırılması ve geliştirilmesi, tasarımı, üretimi ve pazara sunulması gibi birbirinin içine girmiş olan temel konularda sanayi-üniversite-devlet üçgeninde görev yapan çağımız gerçeklerinin zorunlu kıldığı bilgi çağı uygulamalarıdır".

Çiçek (2012); "bütün bilimsel faaliyetlerin, proje etkinliklerinin ve teorilerin uygulama imkânı bulacağı, bütün teknoloji ürünlerinin örneklerini içinde bulunduran, sosyal ve fenni bilimlerde en üst düzeyde araştırma yapan, nüfusu tamamıyla bilim ailelerince oluşturulan kent" olarak tanımlamıştır.

Kaypak (2011:124) ise; "bilgi toplumunun mekâna bir yansıması olarak bilgiyi kentsel yaşamdaki her türlü iş ve işlemde kullanan ekonomik, sosyal ve kültürel temelli kent" diye ifade etmiştir. Özellikle hedefe kilitlenmiş ülkelerin bilim kentinin üzerinde önemle durmaları gerekmektedir. Bunun sebepleri bilim kentin kurulma amaçlarında saklıdır.

Bilim-kentin Kurulma Amaçları

Bilim-kent ulusal ve uluslararası rekabette üstünlük sağlamak için bir avantajdır. Bu avantajın elde edilebilmesi, bilim-kentin amaçlarına uygun olarak kullanılmasına bağlıdır. Bu çerçevede bilim-kentin kurulma amaçları şunlardır (Es, 2010).

- Bilginin sermayeyle yaptığı işbirliğinin, üniversiteden sağlanan akademik ve teknik danışmanlık verimliliğinin artmasına neden olması,
- Üniversitede üretilen bilginin kullanıma açılmasına neden olması,
- Araştırmalar sonucunda ortaya çıkan ürünlerin finansman ve pazarlamasına yardımcı olması,
- Bölgenin kalkınmasına da hizmet sunarak ulusal ekonomiye katkı sağlamasıdır.

Ayrıca bu amaçlarla birlikte, bilim ve teknolojiye öncelikli alanlarda (bilişim ve enformasyon teknolojisi, yeni malzeme teknolojisi, biyo-teknoloji, nükleer teknoloji, uzay ve havacılık teknolojisi) araştırma ve geliştirme ortamı sağlayarak, ülkenin gelişmesi ve yükselmesine etkili olabilir.

Bilim-kent, bu getirilerinin yanında bireysel, toplumsal ve ekonomik olarak üç başlıkta sıralanabilecek etkilere sahiptir. Bu etkiler şunlardır (Görkemli ve Solmaz, 2012:102):

Bireysel etkiler; daha çok bilimsel çalışmada uzmanlaşma, kariyer planlama ve mesleki profesyonelliği yakalama olarak söylenebilir.

Sosyal etkiler; kurulan bölgede, turizmi canlandırma, istihdam olanağı sunma ve kentsel gelişime hız kazandırma olarak sıralanabilir.

Ekonomik etkiler; sosyal etkilerle iç içe olup, bilim kentin harcamalarıyla sağlanan gelir ve işsizlere sağlanacak istihdam olanakları şeklinde incelenebilir.

Bütün bu sözü edilen etkiler ve amaçların yerine ulaşması için bilim kentin kurulacağı yer, her yönüyle bilimsel araştırmalara uygun nitelikte olmalıdır. Bilim kentte birden fazla disiplin bir arada bulunacağından dolayı bu disiplinlerin her birisine özgü çalışma ortamının sağlanması gereklidir (Çiçek, 2010). Dünyadaki bilim-kent örneklerine bakıldığında bu koşulların sağlandığı görülmektedir.

Dünyadaki Bilim-Kent Örnekleri

Bilim kent, ülkemizde olduğu kadar dünya ülkeleri arasında da ön planda yer almakta ve tartışılmaktadır. Örneğin bu tartışmalardan biri 2006 yılı Kasım ayında, Almanya'nın Magdeburg şehrinde düzenlenen "Birinci Bilim Şehirleri Avrupa Kongresi"nde, ülkemizin de katılımıyla gerçekleşmiştir. Bu kongrede, Avrupa, Asya ve Afrika'dan pek çok yönetici ve bilim adamı bir araya gelmiş ve kentlerini bilim kentine nasıl dönüştürebilecekleri konusunda fikir alışverişinde bulunmuşlardır. Kongrenin sonunda aralarında Moskova, Barcelona, Viyana gibi şehirlerin de bulunduğu 49 şehir, kendini bilim kenti ilan etmiş ve Magdeburg Deklarasyonu yayınlanmıştır. Bu deklarasyona göre, bir bilim kentinin prensipleri şunlar olmalıdır (Öz, 2009:1):

- "Kültürel farklılıklar arasında bir tolerans ve saygı ortamı yaratmak,
- Şehirlerin içinde, bilim, ekonomi ve kültür alanlarında, uzun süreli ve yoğun ilişkileri teşvik etmek ve ilgilenen bütün partilerle birlikte çalışmak,
- Vatandaşların da karar alımında söz sahibi olduğu bir bilim kültürü yetiştirmek ve güçlü bir yerel kimliğin gelişmesine yardımcı olmak,

- Bilim kültürünü şehirleri ulusal ve uluslararası anlamda ileriye taşımakta kullanmak,
- Anaokulundan üniversiteye ve sonrasına kadar hayat boyu süren bir öğrenimi garanti altına alacak yapılar kurmak,
- Bütün vatandaşlar için eşit hakları güvence altına almak ve aile yapısına önem veren bir toplumu teşvik etmek,
- Bilim şehirleri arasında, Avrupa çapında ve bölgeler arasında iletişim ağları kurmak,
- Avrupa dışındaki bilim şehirleri ile ortaklaşa çalışarak gelişimi sağlamak, teknik ve deneyim alışverişi yapmaktır".

Buradan yola çıkarak dünyada bulunan bilim kentlerinden de söz etmek gerekir. Bunlara; Almanya'dan Jena ve Göttingen şehirleri, İngilizlere ait Birmingham, Bristol, Manchester, Newcastle, Nottingham ve İngiltere, Brezilya kıyılarında bulunan Natal şehri ve Japon biliminin başkenti olarak adlandırılan Tsukuba örnek olarak verilebilir. Tabii dünyadaki örneklerin bunlarla sınırlı olmadığı da ifade edilmelidir. Pek çok ülke kendi bilim kentleri için kaynak ayırmış ve bunların sonuçlarını da almışlardır (Öz, 2009).

Ülkemizdeki bilim kent uygulamalarına geçmeden önce bilim kent türlevlerini daha yakından tanımak gereklidir.

Bilim-Kent Türlevleri

Birleşmiş Milletler Bilim ve Teknoloji Fonu (UNFSTD) tarafından tanımlanan bilim kentinin türlevleri şunlardır (Es, 2010; Ütük, 2010):

Bilim Parkları: Üniversiteler ile yakın işbirliği içinde olunan ve bünyesinde yüksek teknoloji işletmeleri bulunan fiziksel alanlardır. Kurulma amaçları, yüksek düzeyde kurumsal yetenek ve ürün yeniliği sağlamaktır. Bilim parklarının özelliği, bilimsel araştırmalardan gelen sonuçların üretime dönüşmesi için kuluçka görevi üstlenmektir. Bu teorik çalışmaların uygulamaya dönüştürülmesiyle; üretim için fiziksel koşullar belirlenecek, teknolojik yenilikler ortaya koyularak yeni tasarımlar şekillenecek ve ekonomik potansiyel genişletilerek ekonomiye katkı sağlanabilecektir (Taşkın ve Adalı, 2003:28).

*Teknoloji Geliştirme Merkezleri:*4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununda Teknoloji Geliştirme Merkezi şöyle tanımlanmaktadır. "Yüksek/ileri teknoloji kullanan ya da yeni teknolojilere yönelik firmaların, belirli bir üniversite veya ileri teknoloji enstitüsünün olanaklarından yararlanarak teknoloji veya yazılım ürettikleri/geliştirdikleri, teknolojik bir buluşu ticari bir ürün, yöntem veya hizmet haline dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri ve bu yolla bölgenin kalkınmasına katkıda buldukları, aynı

üniversite, ileri teknoloji enstitüsü ya da Ar-Ge merkez enstitüsü alanı içinde veya yakınında; akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği site veya bu özelliklere sahip yerlerdir” (url1).

İnkibatör: Yeni kurulan veya oluşum aşamasındaki teknoloji bazlı küçük girişimcilere, belirli destek mekanizmalarıyla (malzeme, eğitim vb.), teknolojilerini geliştirmelerine katkıda bulunmak için rehberlik yapan bir tür bilim parkıdır. Bu tür parklarda bulunan girişimciler, ticari üretime hazır duruma geldiklerinde yerlerini yeni bir girişimciye bırakarak ayrılırlar (Taşkın ve Adalı, 2003:30; Es, 2010).

Duvarsız İnkibatör: Faaliyetlerini herhangi bir alt yapı olmaksızın sürdüren ve danışmanlık yoluyla yürüten küçük işletme girişimciliğidir (Taşkın ve Adalı, 2003:31; Es, 2010).

Teknoloji Parkları (Teknopark) : İngiltere Teknoparklar Birliği'nin (UKSPA) tanımlamasına göre Teknopark; “Bir üniversite veya araştırma merkezi ile resmi iletişim kurmuş, içinde teknoloji kökenli firma ve işletmelerin oluşmasını özendirerek ve büyüüp gelişmelerine destek verecek şekilde tasarlanmış, yönetiminin ilgili işletmelere teknoloji ve işletmecilik becerilerinin transferi konusunda etkin uğraş verdiği bir girişimdir” (Sarıhan, 1998:146; Taşkın ve Adalı, 2003:29). Bununla birlikte Teknopark, üniversitenin araştırma gücü ve bilgi birikiminden yararlanarak yüksek teknolojiye dayalı oluşan katma değeri yüksek olan ürün veya hizmetleri, girişimcilere rekabet koşullarında pazarlayan işletmelerin bir arada bulunduğu yerleşke olarak da ifade edilebilir (Kaypak, 2011:125).

Teknoparkın kurulma amaçları; eğitim ve çalışma koşullarının optimum düzeye getirilmesiyle yeni araştırmaların desteklenmesi ve verimliliğin artırılması, böylece uluslararası rekabet gücünün yükselmesine katkıda bulunmaktır. Teknopark ile girişimcilere kanunda da yer verilen düzenlemeyle; danışmanlık, teknik ve sosyal hizmetlerden yararlanma olanağı sunulmuştur (Çekiç, 2005).

Dünyada teknoparkın ilk örneğine; 1950 yılında Stanford Üniversitesi'nin öncülüğünde bir grup öğretim elemanının teorii pratiğe uygulama düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Söz konusu teknopark, Silikon Vadisi adıyla dünyada en çok tanınan teknoparktır (Kaypak, 2011:126). Buna ek olarak Boston Route 128, Sophia-Antipolis, Cambridge, Cartuja 93 teknoparkları örnek gösterilebilir (Sarıhan, 1998:148; Taşkın ve Adalı, 2003:32-35).

Türkiye'de ise ilk teknopark çalışmalarına, 1989 yılında Devlet Planlama Teşkilatı tarafından başlanmıştır. Mevcut teknoparklara örnek olarak Tübitak-Mam Teknoparkı, İzmir Teknoparkı ve ODTÜ Teknokenti gösterilebilir (Sarıhan, 1998:155-156). Bununla birlikte pek çok üniversitemizde de teknokent kurulum aşamaları tamamlanmış ve hizmete

başlamıştır. Bunlardan birisi de Süleyman Demirel Üniversitesi Göller Bölgesi Teknokenti'dir. Göller Bölgesi Teknokenti, 112.000 metrekarelik bir alanda 2005 yılında kurulmuştur. Bünyesinde 16 firma ile çalışmakta olup, bölgenin ve ülkenin gelişmesine hizmet etmeyi amaçlamaktadır (url2).

Bu teknokentin Isparta'da bulunması ve faaliyetlerine devam etmesi, Isparta'nın bir bilim kenti olmasına öncülük eden etmenlerden birisidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BİR BİLİM KENTİ ISPARTA

Antik çağlara kadar uzanan tarihi geçmişe, özgün kültürel özelliklere, göz alıcılığı ve çeşitliliğiyle dikkat çeken doğal güzelliklere sahip olan Isparta, Batı Akdeniz Bölgesi'nde adından söz ettiren önemli bir tarih, kültür ve turizm şehridir (Kılıç, 2011:17-21). Şimdi bu özellikler sırayla ele alınacaktır.

Tarihi

Isparta'ya ilk yerleşim tarihi, üst Paleolitik (MÖ 35.000-10.000) ve Mezolitik (MÖ 10.000-8.000) dönemlerinde rastlanır. Neolitik dönemde ise (MÖ 5500-3000) Anadolu'nun en önemli kültür merkezleri arasında yer alır. İlk çağlardan bu yana yerleşim yeri özelliğini koruyan Göller Bölgesi, Psidia olarak adlandırılmış ve yerli halkı olan Pisidialılar, kendine özgü Pisidçe dilini kullanmışlardır. Sözü edilen bu yapılara ait bilgiler, Isparta'nın Aksu ilçesindeki Timbriada, Sofular Köyü ve Senitli Yaylası'nda keşfedilen mezar taşlarından edinilmiştir. M.S.395 yılında Isparta Bizans İmparatorluğu'na geçmiştir. Selçuklular'ın Anadolu'yu Bizans'tan almak için yaptığı birçok savaşın en önemlilerinden biri olan Miryakefalon Savaşı da, 1176 yılında Isparta'da meydana gelmiştir. 1204 yılında tamamen Türk Egemenliği'ne bağlanmış ve 1390 tarihinde ise Osmanlı Devleti'ne katılmıştır. Bu dönemlerde Isparta'nın önemi, gül üretimi ile halıcılıktır (Kılıç, 2011:17-21).

Gül Üreticiliği ve Halıcılık

Özellikle 1900'lü yıllarda halıcılık hızla gelişmiş ve Batı Anadolu'nun halıcılık merkezleri arasında kendine önemli bir yer bulmuştur (Çetin, 2011:191).

Gül üreticiliği ise günümüzde hala Isparta halkının önemli gelir kaynakları arasında yer almaktadır. Gülden elde edilen gül suyu, gül kremi, gül reçeli, gül lokumu, gül sabunu gibi pek çok gül ürünleri, Isparta ekonomisine canlılık kazandırmaktadır. Bununla birlikte gül üreticileri çoğunlukla gül yağı elde etme amacını taşımaktadırlar (Özçelik, 2011:128).Bu nedenle Isparta Gülünün 1988 yılından beri endüstri alanında

kullanıldığı bilinmektedir (Özçelik vd., 2011:99).Türkiye dünyadaki en büyük gül yağı üreticisi konumundadır. 2009 yılı verilerine göre; Dünya gül yağı talebinin %50'sine Türkiye cevap verirken, aynı talep Türkiye'de %84,41'lik oranla Isparta'dan karşılanmaktadır(Örmeci Kart vd., 2012:125-127).

Diğer yandan, bir bölgenin kalkınmasına birçok sektör katkıda bulunmakla beraber belirli sektörler lokomotif görevi üstlenerek, diğerlerine kıyasla daha fazla rol alabilirler. Turizm sektörü de bunlar arasında sayılmaktadır (Türkoğlu vd., 2005:29).

Turizm

Isparta turizmi de alternatif turizmler açısından potansiyeli büyük olan bir şehirdir. Isparta'da bulunan turizm dalları şunlardır (Türkoğlu vd., 2005:30-35; Durgun, 2007:94):

Kültür Turizmi: Isparta kültürel zenginliği fazla olan bir şehirdir. Bu zenginlik il genelinde kendini gösterir. Örnek olarak şu yapılar gösterilebilir: "Seleukeia Sidera Antik Kenti, Timbria Antik Kolonisi, Prostanna Antik Kenti, Parlais Antik Kenti, Fari Harabeleri, Tymandos (Yassıören) Antik Kenti, Adada Antik Kenti, Tol Harabeleri, Apollonia Mordion Antik Kenti, Antiocheia Antik Kenti, Artemis Tapınağı".

Mağara Turizmi: "Zindan Mağarası, Ayıni Mağarası, Pınargözü Mağarası (Türkiye'nin en uzun mağarası-12 km: Kılıç, 2011:18)".

Yayla Turizmi: "Sorgun, Toto, Söğüt ve Zengi Yaylaları".

Kuş Gözetleme Turizmi (Ornitoloji):"Kovada Gölü ve Milli Parkı".

Milli Parklar:"Kızıldağ ve Kovada Milli Parkları".

Tabiat Parkları ve Göller: "Eğirdir Gölü ve Yazılı Kanyon Tabiat Parkı".

Isparta'nın sınırları içerisinde, tahrip edilmemiş Türkiye'nin dördüncü büyük gölü ve adeta Göller Bölgesi'nin göz bebeği olan Eğirdir Gölü'nü bulundurması son derece önemlidir. Zira, günün farklı zamanlarında çok değişik görünüm ve gün batımındaki güzelliğiyle kendine hayran bırakan Eğirdir Gölü, özellikle yaz mevsiminde ziyaretçi akınına uğramaktadır. Ayrıca etrafındaki çeşitli yükseklikteki dağlar da askerlerin ve spor kulüplerinin ilgisini çekmektedir. Bu doğal yapıları ile Eğirdir, göl-dağ turizmi, balık avcılığı, su sporları ve rekreasyon olanaklarını aynı yerde sunmanın rahatlığını göstermektedir (Bingöl, 2004:129).

Diğer taraftan ismini duvarlara kazınmış yazılardan alan Yazılı Kanyon Tabiat Parkı, pek çok doğal güzelliğe ev sahipliği yapmaktadır.

Tarihte Kral Yolu olarak adlandırılan yolun bu parktan geçmesi nedeniyle yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı olmaktadır (Ceylan, 2004:59).

Kayak Turizmi: Kayak turizmi Isparta'da Davraz Kayak Merkezinde yapılmaktadır. Telesiyej, teleksi ve babylift gibi teknik donanıma ve yeterli pist uzunluğuna sahip olan bu merkezde Kuzey Disiplini, Alp Disiplini, Tur Kayağı, Snow Board ve Tele Mark yapılabilmektedir. Bunların yanında; dağcılık, kampçılık, doğa fotoğrafçılığı, kardan heykel yapımı, doğa yürüyüşleri (trekking ve hiking), yamaç paraşütü, botanik gözlemciliği, spor turizmi (kondisyon çalışmaları ve futbol sezonu hazırlıkları) gibi bir çok alternatif turizm olanaklarına sahiptir (Ceylan, 2009:205).

İnanç Turizmi: Isparta ili inanç turizmi açısından önemli sayılabilecek kiliselere sahiptir. Isparta merkezde Aya Baniya, Aya Ishotyave Aya Stefanos kiliseleri bulunmaktadır. Bu kiliselerden en önemlisi Yalvaç ilçesinde Pisidia Antiokheia'ya Antik Kentinde bulunan St.Paul kilisesidir. Bu kilisenin önemi, Hristiyanlık inancının yayılmasında önemli bir şahsiyet olan Aziz Paul'ün Psidia Antik Kent'ine yapmış olduğu misyonerlik seferlerine dayanmaktadır. Aziz Paul bu kentte bilinen ilk resmi vaazını vermiş ve daha sonraki yıllarda bu kilise adına, St. Paul Kilisesi inşa edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, bu kilisenin bulunduğu Yalvaç ilçesinin isminin İncil'de yer almasından dolayı, bu ilçenin Hristiyan dünyası için yeni bir hac merkezi olacağını ileri sürmektedir (Durgun, 2007:95; Sargın, 2006:6). Yalvaç bu nedenle gelen turistlere ev sahipliği yapmaktadır.

Ayrıca inanç turizmi bakımından özellikle yerli turistlere ev sahipliği yapan Barla da Isparta'da bulunmaktadır. 1926 yılında tutuklanarak Isparta'ya gönderilen devrin din âlimlerinden Bediüzzaman Said Nursi, buradan da alınarak Barla kasabasına nakledilir. Bediüzzaman Isparta'ya bağlı Barla nahiyesinde yaklaşık sekiz sene, yani 1934 senesine kadar halktan uzak devamlı gözetim altında bulundurulmuş yaşar. Bu zaman süresince bütün vaktini "Risâle-i Nur" telifiyle geçirir. Yazılan bu risaleler, etrafında halkalanan talebeleri tarafından bütün tehlikelere ve baskılara rağmen çoğaltılarak Türkiye'nin en ücra köşelerine kadar ulaştırılır (El-Kettani, 1995:7). Fakat burada dikkat çeken nokta, haberleşmek için hiçbir zaman normal posta yolunun kullanılmamasıdır. Nur postacıları sistemi böyle doğmuştur. Harf inkılabı sonrasında Arap alfabesiyle eser basımı yasaklandığı için, Osmanlı Türkçesiyle yazılan risaleler, elle yazılarak yüzbinlerce nüsha çoğaltılmıştır. Bunun da dünya tarihinde bir eşi yoktur (Yıldız, 2012:5). Bu yüzden Bediüzzaman Said Nursi'nin Isparta ve Barla kasabasında ikamet ettiği mekânlar, Isparta'ya inanç turizmi açısından önemli getiriler sağlamaktadır.

Tüm bunlarla birlikte Durgun (2007:101), Isparta Turizmine yönelik yaptığı Swot analizinde şunlara yer vermiştir: Isparta; zengin tarih, kültür ve

tabiat varlıklarıyla güçlü bir özelliğe sahip olmakla beraber, yeterli tanıtımın yapılmaması, kurumlar arası koordinasyon eksikliği ve devlet desteklerinin bu alanda yetersizliği sebebiyle sönük kalmaktadır. Ancak alternatif turizm türlerini bünyesinde barındırması ve bir üniversite kenti olması nedeniyle bu alternatif turizm türlerine ilginin artması, Isparta için fırsat olarak değerlendirilebilir. Bu noktada turistik imajının düzelmesi için yapılan girişimlerin sonuçsuz kalmayacağı öngörülebilir.

Tarihi Eserler

Isparta'nın tarihi eserleri olarak şunlar gösterilmektedir (Bingöl, 2004:130): "Kutlubey tarafından yaptırılan Ulu Cami, Mimar Sinan'ın eseri tek kubbeli Firdevs Bey Camiinin Vakfiyesi olan Bedesten, I. Kılıçarslan'ın gazilerinden Abdullah Bin Ertokuş tarafından yaptırılmış olan Atabey Medresesi".Kutlubey (Ulu) Cami, ismini bir Osmanlı komutanı olan, 1. Murad Döneminde yaşamış Kutlubey'den almıştır. İl merkezindeki camilerin en eskisidir (Sargın, 2005:266).

Firdevs Bey Bedesteni: Firdevs Bey, Kanuni Sultan Süleyman döneminde yaşamış Isparta Valisidir. Adıyla anılan bu yapıyı 1561 yılında yaptırmıştır. Sit alanı içine alınmıştır (Sargın, 2005:268).

Gazi Ertokuş Medresesi: 1. Alaattin Keykubat zamanında, Selçuklu komutanlarından Mübarizeddin Ertokuş tarafından 11-224 yılında yaptırılmıştır (Kılıç, 2011:65).

Bunlara ek olarak şu camiler de dikkat çekmektedir:

Dündar Bey Medresesi (Taş Medrese): Hamidoğlu Dündar Bey tarafından 1301 yılında yaptırılmıştır. Eğirdir'de bulunmaktadır (Kılıç, 2011:77).

Kavaklı (Peygamber) Cami: Çinili Cami olarak da anılan Kavaklı Cami, kitabesine göre miladi 1782-83 yıllarında yapılmıştır (Kılıç, 2011:31).

İplikçi (Hacı Abdi) Cami: Ispartalı zenginlerden Abdi Ağa tarafından 1569 yılında yaptırılmıştır (Kılıç, 2011:31).

Dalboyunoğlu Hamamı: Isparta'daki hamamların en büyüğü olan hamam, 1689 yılında Hacı Mehmet Dalboyunoğlu tarafından yaptırılmıştır. Halen aktif olarak faaliyetlerine devam etmektedir(Kılıç, 2011:32).

Türbeler

Isparta ili, aynı zamanda tarihi zenginliklerle dolu, geçmişten günümüze ulaşabilmiş birçok türbenin bulunduğu bir ilimizdir. Bunlardan en bilinenleri şunlardır (Ölmez ve Gökmen, 2005:77):

"Alaaddin Tepesi, Andık Dede, Arap Beşir Dede, Halife Sultan Türbesi, Hızır Dede Türbesi, Kesikbaş Dede (Şehit Fethi Bey) Türbesi, Muharrem Dede Türbesi".

Ayrıca Erdenk (2001:34)'in yapmış olduğu araştırmaya göre; Isparta'da on adet tekke, altmış iki adet türbe, kırk iki adet mezar ve altı adet taş-taşlık bulunduğu belirtilmektedir.

Isparta'lı Önemli Şahsiyetler

Bir tarih ve kültür kenti olan Isparta'da önemli şahsiyetler de yetişmiştir. Bunlardan biri olan önemli şairlerimiz şunlardır (Çetin ve Özaydın, 2012:781).Abdullah Abdi Efendi, Abdülkadir Efendi, AtufiMehmed Efendi vb. Bununla birlikte Mehmed Süreyyâ tarafından kaleme alınan Sicill-i Osmânî adlı eserde;Isparta ve çevresinde yetişmiş otuz dokuz ve köken bakımından Ispartalı olan dört şahsiyet tespit edilmiştir. Bu şahsiyetler kadı, müderris, molla olmak üzere değişik meslek gruplarındandır. Örnek olarak şunlar verilebilir (Çetin ve Alkan, 2011:387):

"Abdülkadir Efendi: Fatih Sultan Mehmed'e muallim olmuş; Vezir Mahmûd Paşa'nın entrikaları sonucu bu görevinden azledilmiştir. Bu durum hastalanmasına ve vefatına sebep olmuştur. Ali Mehmed Nûrî Efendi, Haydar Efendi, Hasan Efendi, Kadı-zâde Mehmed Efendiler Müderris; Ali Paşa (Seyyid) Vali ve sadrazamlık yapmıştır. Hüseyin Efendi (Seyyid) Kadı,İbrahim Paşa Beylerbeyi, Nûrî Mehmed Ali Efendi ise Müderrislik ve molla görevlerinden sonra Mekke kadısı olmuştur".

Bunlarla birlikte uzun yıllar devletine ve Isparta'ya büyük hizmetler yapmış olan Böcüzade Süleyman Efendi'yi de unutmamak gerekir. Böcüzade Süleyman Efendi,17 yaşında başladığı devlet görevlerinde çeşitli unvanlarla görev yapmış, II. Meşrutiyet'in ilanı ile Isparta mebusu seçilerek Meclis-i Mebusan'a girmiştir. "Isparta Tarihi" adlı bir eseri vardır (Akdemir, 2010:145).

Görüldüğü üzere Isparta sahip olduğu ilim ve kültür geçmişiyle büyük bir birikime sahiptir. Ancak son yıllarda üniversitenin Isparta ve Ispartalıya sunduğu hizmetler de başlı başına önemli ve yadsınamayacak şekildedir.

Süleyman Demirel Üniversitesi

Günümüzde üniversiteler, ürettiği bilgiyle bilime katkıda bulunmakla beraber, bulunduğu bölgeye de birtakım katkılarda bulunmaktadır. Akçakanat ve arkadaşlarının 2010 yılında yapmış olduğu araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi, bu konuyla ilgili yapılan diğer araştırma sonuçları da bu tezi desteklemektedir. Bu bağlamda üniversiteler, eğitim ve bilim yuvaları olarak işlev görseler de, kurumlar arası işbirliği ile

kentin ticaret, sanat, sağlık ve bilim alanlarında gelişmesine önemli hizmetler sunmaktadır (Akçakanat vd., 2010:176).Bu bağlamda Isparta özeline bakıldığında, bilim-kent dönüşümünde en önemli aktörlerden olan Süleyman Demirel Üniversitesi'ni daha yakından tanımak gerekmektedir.

Süleyman Demirel Üniversitesi; 1992 yılında Isparta İlinde 12 fakülte, 4 enstitü ve 4 yüksekokuluyla, yeni kurulan üniversiteler arasında en büyük kapasiteye sahip bir kurum olarak yerini alır. 2013 yılına gelindiğinde ise; 18 Fakülte, 3 Yüksekokul, 20 Meslek Yüksekokulu, 6 Enstitü, rektörlüğe bağlı 6 bölüm ve 41 araştırma ve uygulama merkezi ile bölgenin ve Türkiye'nin önde gelen eğitim kurumları arasında bulunmaktadır. Aynı zamanda, 5693'ü lisansüstü olmak üzere 56.253 kayıtlı öğrencisi, yaklaşık 2000 kişilik akademik kadrosu, 1500'e yakın idari personeli ile genç ve dinamik bir insan kaynağına sahiptir(Url3). Ayrıca Dünya üniversitelerinin Webometrics 2013 Ocak ayı sıralamasında, Süleyman Demirel Üniversitesi 21.000 dünya üniversitesi arasında 1037. Türkiye'de ise 16. sırada bulunarak büyük başarı göstermiştir(Url4).Diğer yandan Süleyman Demirel Üniversitesi'nde yapılan bilimsel çalışmalar, akademik kadronun niteliği, bilimsel alt-yapı, sosyal ve kültürel imkânlar, Göller Bölgesi Teknokenti ve sanayi işbirliği ve ulusal medyada yayınlanan proje başarıları SDÜ markasının değerini artırmaktadır. SDÜ'nün akademik birimlerindeki eğitim anlayışının “Öğrenmeyi ve proje üretebilmeyi öğretmek” ekseninde şekillenmesi; derslerin, zengin donanıma sahip laboratuvarlarda uygulama ve atölye çalışmalarıyla yapılandırılmasına ve staj faaliyetlerine büyük önem verilmesine neden olmaktadır. Yaşam Boyu Eğitim Merkezi ile sosyal hayatın her alanında yetişmiş, donanımlı bireyler hazırlamayı hedeflemektedir. SDÜ 2008 yılından beri TÜBİTAK öğrenci araştırma projelerinde Türkiye 1.si, akademisyen projelerinde bazı branşlarda Türkiye 1. toplamda ise Türkiye 4.'dür. SDÜ kampüslerinde sosyal ve kültürel açıdan çok geniş olanaklar sunan bir üniversite olarak; özellikle merkez kampüste, açık ve kapalı spor alanları, olimpik yüzme havuzu, kafeterya ve restoranları, birçok etkinliğe ev sahipliği yapan kültür merkezi ve konferans salonları, amfi tiyatroları ve konser alanlarıyla oldukça zengin bir yaşam alanı sunulmaktadır. 80'e yakın öğrenci kulübünün tüm proje ve faaliyetleri üniversite tarafından desteklenmektedir(Url3).

Bütün bunlara ek olarak; Isparta ilindeki ulaşım kolaylığı, yurt ve pansiyon imkânları ile Isparta'nın öğrenciler açısından tercih edebilir bir şehir olduğunu; Isparta'nın eğitime büyük önem verdiği ve öğrencisine sahip çıktığı da belirtilmelidir. Öğrencileri eğitim sürecinde çalışma hayatına alıştırmak açısından bölgedeki sanayi kuruluşlarıyla, iş adamlarıyla, ticaret ve sanayi odalarıyla, sivil toplum örgütleriyle sürekli buluşturuldukları ve etkileşim ortamı oluşturduğu da ifade edilmelidir.

Bu ve benzeri etkinlikler ile eğitim kadrosunun niteliği, Süleyman Demirel Üniversitesi'nin prestijini yükseltmiş, aynı zamanda ulusal ve uluslararası platformlarda bilinirliğini ve saygınlığını arttırmıştır. Bugün Süleyman Demirel Üniversitesi, yerel politikaların yürütülmesine öncülük eden, Isparta'nın bir bilim kenti olmasına rehberlik yaparak gerekli adımları atan, ulusal ve uluslararası politikaların oluşmasında katkı sahibi bir araştırma kurumu olarak roller üstlenmektedir (SDÜ Stratejik Planı, 2011:12).

SONUÇ

Son yıllarda bilginin toplanmasından üretilmesine kadar gerekli olan teknolojide büyük aşamalar kaydedilmektedir. Bilişim teknolojisi denilen bu alanda meydana gelen gelişmeler, performansın ve verimliliğin artmasına neden olduğu gibi, yeni bir toplumsal yapıyı da beraberinde getirmektedir. Bilgi toplumu olarak adlandırılan bu yapıya girmiş ülkeler, hızla ilerleme kaydederken, globalleşmiş dünyada söz sahibi olmayı başarmaktadır (Erkan, 1998:242). Bu ülkelerin başarılarının altında yatan sebep; ekonomilerinin bilgi temelli dönüşümleri olabileceği gibi (Özsağır, 2008), bilimsel bilgi birikiminin varlığı da gösterilebilir. Bu bağlamda; bilimsel bilgi ve bilişim teknolojilerinin bir araya gelmesiyle oluşan bilgi toplumunu hayata geçirebilmek için, her şeyden önce bilgi toplumu olma yönünde net bir stratejik hedefin belirlenmesi gerekir. "Zira önemli olan yelken açmak değil, hangi hedefe doğru yelken açtığımızdır". Ancak böyle bir hedefin yalnızca bir kesimle sınırlı kalması değil, aksine toplumun tüm katmanlarıyla benimsenmesi ve özümsemesi gereklidir (Erkan ve Erkan, 2010:111). Bu anlamda Isparta; kamu kurumları, üniversitesi, belediyesi, özel sektörü ve sivil toplum kuruluşları ile bilim-kent sürecine katkı sunarak güçlü bir sinerji oluşturmaktadır.

Tüm bu gelişmeler ışığı altında Isparta ili bir bilim üssü haline gelerek, hem ulusal hem uluslararası arenada cazibe merkezi haline dönüşebilecektir. Bilim kent dönüşümü ile Isparta bilimsel bilgi, teknoloji ve inovasyon konularında bir kimlik kazanacaktır. Bu ise Isparta'daki işletmelere, girişimcilere nitelikli insan kaynağına ulaşma, ar-ge yatırımlarını üniversite ve devlet destekli yaparak finansman avantajı sağlama, yeni teknolojiler geliştirerek rekabetçi güç elde etme, inovasyon yaparak küresel pazar payını artırma vb. avantajlar elde etmelerini sağlayacaktır. Bu bağlamda yerel, bölgesel kalkınma yaratılarak ülke ekonomisinin gelişmesi noktasında katma değer yaratılacaktır. Bu değer, ülkenin rekabetçi gücünü artırarak küresel ölçekte söz sahibi olmasını sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- AKÇAKANAT, T., ÇARIKÇI, İ., DİLUPÇU, M. A., (2010), “ Üniversite Öğrencilerinin Buldukları İl Merkezine Ekonomik Katkıları ve Yaptıkları Harcama Eğilimleri: Isparta 2003-2009 Yılları Örneği”, **SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Aralık, Sayı: 22, s. 165-178.
- AKDEMİR, M. S., (2010/2), “Böcüzade Sami Efendi ve Isparta Tarihi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, Sayı: 25, s. 145-162.
- ALTUNBAŞ, R., (2009), " Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması "Şehirlerin Markalaşması", <http://www.huseyinaltunbas.com.tr/pazarlama-iletisimi-ve-sehir-pazarlamasi-sehirlerin-markalasmasi>, Erişim Tarihi: 03.05.2013
- AYSEN, E., YAYLI, A., HELVACI, E., (2012), “Üniversitelerin Marka Kişiliği Algısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”, **İşletme Araştırma Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 4, s. 182- 204.
- BAŞARAN, İ., (2008), **Kent ve Yerel Yönetim**, Okutan Yayınları, 1. Basım, İstanbul.
- BAYRAK, S., HALİS M., (2003), "Öğretim Elemanları ve Sanayici Açısından Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Değerlendirilmesi", **Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:5,s. 64-85.
- BAYRAKTAR, N., (2012), “ Kent Kültürüne İlişkin Kamuoyu Oluşturulmasında Üniversitelerin Rolü”, **Atatürk Üniversitesi İletişim Dergisi** , Sayı: 3, s. 1-15.
- BİNGÖL, Z., (2004), “ Akdeniz Bölgesinin Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi”, **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 1, s. 125-137.
- BUDAK, G., SÜRGEVİL, O., (2005), “Tükenmişlik ve Tükenmişliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Analizine İlişkin Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 20, Sayı: 2, 95-108.
- CEVHER, E., (2012), “Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 1, s. 105-115.
- CEYLAN, S., (2009), “ Davraz Dağı (Isparta)’nda Kış Turizmi”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Cilt: 14, Sayı: 22, s. 205-230.
- CEYLAN, S.,(2004), “Yazılı Kanyon (Sütçüler, Isparta) Tabiat Parkı’nın Turizm Açısından Önemi ve Kullanımı”, **Süleyman Demirel**

Üniversitesi Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:5 Sayı: 8, s. 59-82.

- ÇABUK, S.,DEMİRCİ OREL, F., (2008), “Marka Karakteristikleri ile Marka ve Üretici Firmaya Duyulan Güven Arası İlişkilerin Belirlenmesi: Çukurova Üniversitesi Ölçeğinde Bir Araştırma”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 17, Sayı: 1, s. 103-106.
- ÇALIŞIR, M., GÜLMEZ, A., (2010), “Teknoloji Politikalar Çerçevesinde Ekonomik Gelişim: Türkiye- Güney Kore Karşılaştırması”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 1, s. 23-55.
- ÇEKİÇ, U., (2005), "Teknopark Nedir? Avantajları, Kuruluş Prosedürü", <http://www.internetdergisi.com/index.php?Part=Article&id=119>, Erişim Tarihi: 03.05.2013
- ÇETİN, K., ÖZAYDIN, H., (2012), "Mehmed Süreyya'nın Kaleminden Ispartalı Şairler", **Turkish Studies**,Cilt:7, Sayı:1, s. 781-795 .
- ÇETİN, K., ALKAN, S., (2011), “Sicill-i Osmani’ de Yer Alan Ispartalı İlim Adamları, Devlet Adamları ve Şeyhler”, **Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, Sayı: 30, s.387-407.
- ÇETİN, S., (2011), “Dönüşüm Sürecinin Tarihi Kent Merkezleri Üzerine Etkileri: Isparta Örneğinde Bir İnceleme”, **Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 27, Sayı: 2, s. 185-199.
- ÇİÇEK, A., (2012), Bilim-Kent Projesi,<http://www.beyazkivilcim.com/haber/proje/bilim-kent-projesi/90.html>, Erişim Tarihi: 03.05.2013.
- ÇİFTÇİ, H., (2004), “Türkiye’ nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 13, Sayı: 1, s. 57-73.
- DURGUN, A., (2007), “ Isparta Turizminin Swot Analizi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 5, s. 93-107.
- ERKAN, H., (1998), “**Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**”, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 4. Baskı.
- ERKAN, A., ERKAN, C., (2008), “Bilgi Bazlı Yenilikçi Gelişme Stratejisi Bağlamında Türkiye’ nin Kurumsal Dönüşüm İhtiyacı”, **Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 1, s. 53-66.

- ERDENK, Y., (2001), "Isparta Yöresi Ziyaret ve Adak Yerleri", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- EROĞLU, H. (2007), "Şehirlerin Markalaşması", <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/kasim2007/16.pdf>, Erişim Tarihi (02. 05. 2013), s. 65-68.
- ES, M., (2010), "Bilgi Toplumunun Yeni Yüzü Bilgi Kentleri", **Yerel Siyaset Dergisi**, Sayı: 37.
- GEREN, N., vd., (2007), "Üniversite Sanayi Etkileşimi İçin Oluşturulan Kurumsal ve Model Mekanizmalar: Bir Karşılaştırma", **2007 Üniversite Sanayi İşbirliği Sempozyumu**, 5-6-7 Haziran, Sakarya, s. 1-11.
- GÖRKEMLİ, H. N., (2009), "Selçuk Üniversitesi'nin Konya Kent Ekonomisine Etkileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 22, s. 170-186.
- GÖRKEMLİ, H. N., SOLMAZ, B., (2012), "Bilim Merkezlerinin Kent Markalaşmasındaki Rolü ve Konya Örneği", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı: 34 s. 98-109.
- GÜLTEKİN, N., ÇELİK, A., NAS, Z., (2008), "Üniversitelerin Kuruldukları Kent'e Katkıları", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 24, s. 264-269.
- İŞİK, Ş., (2008), "Türkiye' de Üniversitelerin Kentleşme Üzerine Etkileri", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 10, Sayı: 3, s.159-181.
- İÇLİ, E. G., VURAL, B. B., (2010), "Şehir Markası Yaratma Süreci ve Marka Şehir Çerçevesinde Kırklareli İlinin Değerlendirilmesi", **Uluslar arası II. Trakya Bölge Kalkınma- Girişimcilik Sempozyumu Bildiriler Kitabı I**, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Yayınları 1, 1-2 Ekim, Kırklareli, s. 259-278.
- İRİ, R., İNAL, E. M., TÜRKMEN, H. H., (2011), "Şehir Pazarlamasında Bilinirliğin Önemi: Niğde Yöresinin Bilinirliğinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma", **Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 1, s. 81-96.
- KAYPAK, Ş., (2011), "Bilgi Toplumu Olma Yolunda Kentsel Değişim ve Bilgi Kentleri", **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 1, s. 117-130.

- KETTANİ, E. A., (1995), "Bediüzzaman'ın Düşüncesinde Cihat", **3. Uluslar arası Bediüzzaman Said Nursi Sempozyumu**, 24-26 Eylül, İstanbul.
- KILIÇ, A., (2011), **Isparta Gezi Rehberi**, T.C. Isparta Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- KİPER, M., (2010), **Dünya' da ve Türkiye' de Üniversite Sanayi İşbirliği ve Bu Kapsamda Üniversite- Sanayi Ortak Araştırma Merkezleri Programı**, İşkur Matbaacılık, 1. Baskı, İstanbul.
- KONUK, M., ÖZTÜRK, A., (2010), "Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Teknokentlere Bakış", **Cumhuriyetimizin 100. Yılına Doğru Üniversite Vizyonumuz, Türk-Eğitim-Sen Sempozyum Kitabı**, 123-128, 16-18 Nisan, Ankara.
- KUYUMCU, A., ERDOĞAN, T., (2008), "Yükseköğretimin Toplumsal Değişmeye Etkisi", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 25, s. 240-250.
- MARANGOZ, M., ÖNCE, G., ÇELİKKAN, H., (2010), "Şehirlerin Markalaşması ve Şehir Markası Oluşturmada Sembol Yapılar: Çanakkale Örneği", **Uluslararası II. Trakya Bölge Kalkınma-Girişimcilik Sempozyumu, Bildiri Kitabı I**, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları 1, 1-2 Ekim, Kırklareli, s. 679-698.
- ÖKSÜZ, B., (2012), "İşveren Markası Yönetimi Sürecinde İletişimin Önemi", **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 2, s. 14- 31.
- ÖLMEZ, N. F., GÖKMEN, Ş., (2005), "Isparta İl Merkezi'nde Bulunan Türbeler", **Bilig**, Sayı: 35, s. 71-103.
- ÖMÜRBEK, N., HALICI, Y., (2012), " Üniversite Sanayi İşbirliği Çerçevesinde Antalya Teknokenti İle Göller Bölgesi Teknokenti Üzerine Bir Araştırma", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 1, Sayı:15, s. 249-268.
- KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİ GELİŞTİRME ve DESTEKLEME İDARESİ BAŞKANLIĞI DESTEKLERİ YÖNETMELİĞİ (KOSGEP), Resmi Gazete - 24.04.2005, Sayı: 25795, s.25.
- ÖRMECİ KART, M. Ç., İKİZ, M., DEMİRCAN, V., (2012), "Türkiye'de Yağ Gülü (Rosadamascena) Üretimi ve Ticaretinin Gelişimi", **Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, Sayı:7, Cilt: 1, s. 124-134.

- ÖZ, P., (2009), “Bilimin Sirtında Yükselen Gelecek ve Bilim Kenti Projeleri”, **Bilim ve Ütopya Dergisi**.
- ÖZÇELİK, H., (2011), “Isparta Gülcülüğünde Yeni Alternatifler” **Biyoloji Bilimleri Araştırma Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 2, s. 123-130.
- ÖZÇELİK, H., MUCA, B., ÖZAVCI, M., (2011), “Isparta Yağ gülü Yağı ve Çiçeklerinin Strese Bağlı Nörolojik ve Psikiyatrik Hastalıklara Etkisi”, **Biyoloji Bilimleri Araştırma Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 2, s. 99-105.
- ÖZDEMİR, Ş., KARACA, Y., (2009), “Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 11, Sayı: 2, s. 113-134.
- ÖZEK, H. N., (2010), "Çerkezköy'de Üniversite, Kent ve Sanayi Etkileşimi", **Çerkezköy Değerleri Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, s. 100-116.
- ÖZSAĞIR, A., (2008), "Bilgi Üretimi ve Bilginin Ürüne Dönüştürülmesinde Teknoparkların Önemi", **Mevzuat Dergisi**, Sayı: 125.
- SAĞLAM, A.Ç., (2011), “Akademik Personelin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Tükenmişlik Düzeyleri İle İlişkisi”, **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 8, Sayı:15, 407-420.
- SARGIN, S., (2006), “Yalvaç’ ta İnanç Turizmi”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 16, Sayı: 2, s. 1-18.
- SARGIN, S. (2005), “Isparta’da Kentsel Koruma”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Cilt:10, Sayı:14, s. 251-282.
- SARIHAN, H.İ., (1998), “**Rekabette Başarının Yolu Teknoloji Yönetimi**”, Beta Basım A.Ş. , 1.Baskı, İstanbul.
- SULTANSOY, S., YILMAZ, M., (2001), "Japonya-KEK Araştırma Merkezi", **1. Ulusal Parçacık Hızlandırıcıları ve Uygulama kongresi**, TAEK, Ankara.
- TAŞKIN, H., ADALI, M.R., (2003), “**Teknolojik Zeka ve Rekabet Stratejileri**”, Değişim Yayınları, 1.Baskı, İstanbul.
- T.C. SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ STRATEJİK PLANI (2011-2015), (2011), Isparta.
- TUNCEL, C. O, (2010), “Bilgi Ekonomisinde Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Önemi Ve Bölgesel Gelişme Paradigmasında Yaşanan Dönüşüm: Türkiye’de Üniversite Vizyonunda Bölgenin Yeri”,

Cumhuriyetimizin 100. Yılına Doğru Üniversite Vizyonumuz, Türk-Eğitim-Sen Sempozyum Kitabı, s.129-142, 16-18 Nisan, Ankara.

TÜRKOĞLU, M., GÖVDERE, B., MEYDAN, Ç., (2005), "Isparta İli Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri" **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, s. 29-35.

URL1:<http://teknokent.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2013/03/4691Say%C4%B11%C4%B1-Teknoloji-Gelistirme-Bolgeleri-Kanunu.pdfmd.3/b;>

Erişim Tarihi:03.05.2013

URL2: <http://www.gollerbolgesiteknokent.com>,Erişim Tarihi:03.05.2013.

URL3: www.sdu.edu.tr, Erişim Tarihi, 30.04.2013.

URL4: <http://www.webometrics.info/en/Europe/Turkey>: Erişim Tarihi, 30.04.2013.

ÜTÜK, K., (2000), "Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilgi Kentleri", http://bilisim2023.org/index.php?option=com_content&view=article&id=128:blg-toplumu-olma-yolunda-blg-kentler&catid=6:blg-toplumu&Itemid=19 Erişim Tarihi: 03.05.2013.

ÜTÜK, K., (2002), "Bilgi Çağında Yeni Kent Oluşumları", **2023 Dergisi**, Sayı:10.

YILDIZ, A., (2012), Temel Hak ve Hürriyetleri Gerçekleştirmede Said Nursi'nin Müsbet Hareket Metodu, Türkiye' deki Ulusal Sempozyumlar.

YÖRÜK, E. E., KURŞUNMADEN, İ. F., (2009), "Teknolojik Yenilik Yaratma ve Türkiye' de Üniversite Sanayi İşbirliği", **Journal of AzerbaijaniStudies**, s. 656- 666.

ZEREN, E. H., (2012), "Kent Markalaşması Sürecinde İç Girişimcilik Faktörü", **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 1, s. 95-104.