

89432

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI
DOKTORA TEZİ

BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ
VE
NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

89432

İbrahim İLHAN

Danışman
Prof.Dr.Orhan İÇÖZ

İZMİR

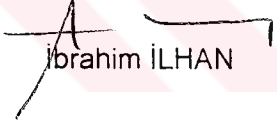
1999

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Doktora tezi olarak sunduğum, "Bölgesel Turizm Planlaması Modeli ve Nevşehir Örneği" adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

19/07 1999


İbrahim İLHAN

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün ..2../8.....1999 tarih ve ..14... sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin ..12..... maddesine göre, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı doktora öğrencisi İbrahim İLHAN'ın "Bölgesel Turizm Planlaması Modeli ve Nevşehir Örneği" konulu tezi incelenmiş ve aday ..22../09../1999 tarihinde, saat ..10³⁰...da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra ..90.....dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan ana bilim dallarından jüri üyelerince sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin ..BAŞARILI..... olduğuna oy ..BİRLİĞİ.....ile karar verildi.



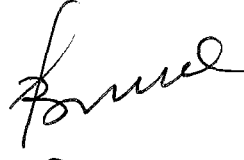
BAŞKAN

Prof. Dr. Alp Timur



ÜYE

Prof. Dr. Orhan İçöz



ÜYE

Doç. Dr. Füsun SOYKAN

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DÖKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ FORMU

TEZ NO:

KONU KODU:

ÜNİV. KODU:

Not: Bu bölüm merkezimizce doldurulacaktır.

Tezin Yazarının

Soyadı: İLHAN

Adı: İbrahim

Tezin Türkçe Adı: Bölgesel Turizm Planlaması Modeli ve Nevşehir Örneği

Tezin Yabancı Dildeki Adı: The Regional Tourism Planning Model and the
Case of Nevşehir

Tezin Yapıldığı

Üniversite: Dokuz Eylül Üniversitesi

Enstitü: Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yıl: 1999

Diğer Kuruluşlar: -

Tezi Türü:

- | | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| 1. Yüksek Lisans | ☐ |
| 2. Doktora | ☒ |
| 3. Tıpta Uzmanlık | ☐ |
| 4. Sanatta Yeterlilik | ☐ |

Dili:	Türkçe
Sayfa Sayısı:	273
Referans Sayısı:	147

Tez Danışmanının

Ünvanı Adı Soyadı:

Prof.Dr. Orhan İÇÖZ

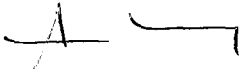
Türkçe Anahtar Kelimeler

1. Turizm
2. Turizm Sistemi
3. Turizm Planlaması
4. Bölgesel Turizm Planlaması Modeli
5. Nevşehir Örneği

İngilizce Anahtar Kelimeler

1. Tourism
2. Tourism System
3. Tourism Planning
4. Regional Tourism Planning Model
5. The Case of Nevşehir

Tarih: 19.07.1999

İmza: 

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
ÖNSÖZ.....	III
ŞEKİLLER.....	IV
TABLolar.....	V
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZM PLANLAMASI

1. TURİZM PLANLAMASI.....	3
1.1. GENEL OLARAK TURİZM VE İLGİLİ ALANLAR.....	3
1.2. TURİZM SİSTEMİ.....	6
1.3. PLANLAMA.....	20
1.4. TURİZM PLANLAMASI.....	23
1.4.1. TURİZM PLANLAMASININ NEDENLERİ.....	23
1.4.2. TURİZM PLANLAMASININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	30
1.4.3. TURİZM PLANLAMASI TÜRLERİ.....	36
1.4.4. TURİZM PLANLAMASI MODELLERİ.....	45

İKİNCİ BÖLÜM BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ

2. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ.....	58
2.1. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI.....	58
2.1.1. BÖLGE VE BÖLGE TÜRLERİ.....	61
2.1.2. TURİZM BÖLGESİ.....	63
2.1.3. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASININ ÖNEMİ.....	64
2.2. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ.....	71
2.2.1. MEVCUT DURUM VE OLASILIKLAR: ARAŞTIRMA.....	72
2.2.1.1. TURİZM BÖLGESİNİN BELİRLENMESİ.....	76
2.2.1.2. BÖLGESEL TURİZM KAYNAKLARI.....	84
2.2.1.2.1. TURİZM BÖLGESİNİN ALT-YAPISI.....	85
2.2.1.2.2. TURİZM TESİSLERİ VE HİZMETLERİ.....	98
2.2.1.2.3. BÖLGENİN TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERİ.....	101
2.2.1.3. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARI VE REKABET ANALİZİ.....	109

2.2.1.3.1. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARININ ARAŞTIRILMASI..	109
2.2.1.3.2. BÖLGESEL REKABETİN ARAŞTIRILMASI.....	113
2.2.1.4. TURİZMİN BÖLGESEL ETKİLERİ.....	113
2.2.1.4.1. TURİZMİN BÖLGEDEKİ EKONOMİK ÖNEMİ.....	114
2.2.1.4.2. TURİZMİN BÖLGEDEKİ ÇEVRESEL ÖNEMİ.....	118
2.2.1.4.3. TURİZMİN BÖLGEDEKİ SOSYO-KÜLTÜREL ÖNEMİ..	121
2.2.1.5. TURİSTİK BÖLGE YAŞAM DÖNEMİ VE TAŞIMA KAPASİTESİ.....	122
2.2.1.6. TURİSTİK BÖLGEYİ ETKİLEYEN DIŞ ÇEVRE FAKTÖRLERİ	131
2.2.1.6.1. EKONOMİK ÇEVRE.....	132
2.2.1.6.2. SOSYAL VE KÜLTÜREL ÇEVRE.....	134
2.2.1.6.3. POLİTİK VE YASAL ÇEVRE	134
2.2.1.6.4. TEKNOLOJİK ÇEVRE.....	136
2.2.1.6.5. COĞRAFI (FİZİKSEL) ÇEVRE	137
2.2.2. BÖLGESEL TURİSTİK GELİŞME PLANLARININ HAZIRLANMASI:	
KARAR VERME	141
2.2.2.1. BÖLGESEL TURİZM AMAÇLARININ BELİRLENMESİ.....	142
2.2.2.2. BÖLGESEL TURİZM POLİTİKALARININ BELİRLENMESİ.....	145
2.2.2.3. BÖLGESEL TURİZM STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ.....	154
2.2.2.4. UYGULAMA PLANLARININ BELİRLENMESİ.....	157

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ

VE

NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

3. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ VE NEVŞEHİR ÖRNEĞİ.....	163
3.1. MEVCUT DURUM VE OLASILIKLAR : ARAŞTIRMA.....	163
3.1.1. BÖLGENİN SINIRLARI.....	183
3.1.2. BÖLGENİN TURİZM KAYNAKLARI.....	168
3.1.2.1 . BÖLGENİN ALT-YAPISI.....	168
3.1.2.1.1. BÖLGENİN KURUMSAL ALT-YAPISI.....	168
3.1.2.1.2. BÖLGENİN FİZİKSEL ALT-YAPISI.....	180
3.1.2.2. BÖLGEDEKİ TURİZM TESİSLERİ VE HİZMETLERİ.....	184
3.1.2.3. BÖLGEDEKİ TURİSTİK ÇEKİCİLİKLER.....	196
3.1.3. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARI.....	206
3.1.4. TURİZMİN NEVŞEHİR İÇİN ÖNEMİ.....	213
3.1.4.1. TURİZMİN BÖLE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ.....	214
3.1.4.2. TURİZMİN BÖLGEDEKİ TOPLUMSAL YAPI BAKIMINDAN ÖNEMİ	219
3.1.4.3. TURİZMİN BÖLGEDEKİ ÇEVRESEL ÖNEMİ.....	221

3.1.5. NEVŞEHİR TURİZM BÖLGESİNİN TURİSTİK YAŞAM DÖNEMİ VE TAŞIMA KAPASİTESİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	225
3.2. BÖLGESEL TURİZM PLANLARININ HAZIRLANMASI: KARAR AŞAMASI.....	229
3.2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	229
3.2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	229
3.2.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLARI.....	230
3.2.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	231
3.2.4.1. TURİZM İŞLETMECİLERİ İLE İLGİLİ DEMOGRAFİK BİLGİLER....	231
3.2.4.2. KAMU KESİMİ GÖREVLİLERİ İLE İLGİLİ DEMOGRAFİK BİLGİLER	233
3.2.4.3. KAMU KESİMİNİN CEVAPLARININ İÇERİKLERİ.....	235
3.2.4.4. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN CEVAPLARININ İÇERİKLERİ.....	242
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	253
KAYNAKÇA.....	257
EK.1 NEVŞEHİR HARİTASI	268
EK.2 TURİZMİN BÖLGESEL ETKİLERİ ANKETİNE KATILANLARIN LİSTESİ	269
EK.3. GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN TEMEL SORULAR VE BOYUTLARI.....	270
EK.4. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME YAPILAN TURİZM İŞLETMECİLERİ.....	272
EK.5. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME YAPILAN KAMU KESİMİ TEMSİLCİLERİ.....	273

ÖZET

Uluslararası turizm dünya ticaretinde turist sayısı ve turizm harcamaları açısından gelişen büyük endüstrilerden biridir ve bu gelişmenin devam edeceği tahmin edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında uluslararası turizm yeni yüzyılda, turist kabul eden ülkeler olarak özellikle gelişmekte olan ülkeler için bir çok ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar sağlama potansiyeline sahiptir. Ancak turizm gelişimi iyi planlanmadığı zaman turizmin ekonomik sonuçlarından turist kabul eden ülkeler yeteri kadar yararlanamadığı gibi turizm gelişiminden kaynaklanan sosyo-kültürel ve çevresel sorunlar da ortaya çıkabilir. Bu nedenle, turizm gelişiminin sağlayacağı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydaları en üst düzeye çıkarmak ve sorunları en alt düzeye indirmek için turizm gelişiminin planlanması ve kontrolü zorunludur.

Bu zorunluluktan hareketle, bu çalışmada bir bölgesel turizm planlaması modeli geliştirilmesi ve geliştirilen modelin bir örnek olarak Nevşehir Turizm Bölgesi'nde turizm gelişiminin planlanması için kullanılması amaç olarak belirlenmiştir. Türkiye gibi büyük bir ülkede farklı bölgeler birbirlerinden turizm arz kaynakları, sosyo-ekonomik yapı ve ulusal ve uluslararası turizm talebi profili açısından değişiklikler göstermektedir. Bu nedenle çalışmada bölgesel düzeyde turizm planlaması modeli geliştirilmesi tercih edilmiştir.

Bir bölgesel turizm planlaması modeli geliştirmek ve geliştirilen modeli Nevşehir Turizm Bölgesi'ndeki turizm gelişimini analiz etmek üzere kullanmak için hem teorik hem de uygulamalı araştırmaya yer verilmiştir. Teorik kısımda turizm planlaması ile ilgili temel kavramlara ve turizm planlaması yazınındaki turizm planlaması modellerine yer verilmiştir. Turizm planlaması yazını ışığında kapsamlı bir bölgesel turizm planlaması modeli önerilmiştir. Araştırmanın uygulama kısmında ise Nevşehir Turizm Bölgesi'nin turizm gelişiminin analizinde yeni model kullanılmıştır. Modelin uygulanması sonucunda Nevşehir Turizm Bölgesi'nde turizm planlamasını ve sorumlu turizm gelişimini engelleyen sorunlar ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

Tourism is one of the biggest and fastest growing industries in the world trade and this trend is expected to continue in the future. International tourism offers many economics, social and environmental benefits as well as cost for many destination countries in the 21st century. In order to capitalize on the economic, social and environmental benefits of tourism development and minimize potential threats and problems, destination countries need to manage the tourism industry. In other words there is a strong need for countries to plan, implement and control the development of the tourism industry.

The study is an attempt to develop a regional tourism planning model and apply it in the context of Nevşehir Tourism Region in Central Anatolia, Turkey. A regional planning approach is preferred, because tourism planning at national level does not seem to be a sensible approach in a large country like Turkey, different regions differ from each other in terms of tourism supply, socio-economic features and domestic and international tourism demand profile. This necessitates the division of Turkey into homogenous regions and make appropriate plans at the regional level.

To develop a regional tourism planning model and apply it to the Nevşehir Tourism region, both theoretical discussions and empirical field research are used. Theoretical part of the dissertation concentrates on previous research concerning tourism planning concepts and regional tourism planning model is presented theoretically. Empirical field research of the study is an application of the development model to the Nevşehir Tourism Region. The empirical part points out many information gaps and problems in the planning of tourism in Nevşehir.

ÖNSÖZ

Turizm; dünya genelinde milyonlarca insanı üretici ve tüketici olarak ilgilendirmektedir. Turizm; yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel fırsatlar ve tehditler ile günümüzde ve gelecekte hem dünyamız hem de ülkemiz için yadsınamayacak kadar önemli bir kalkınma potansiyeli oluşturmaktadır.

Turizm gelişimini kalkınmanın önemli bir aracı olarak gören ülkelerin turizm gelişimini bütünsel bir yaklaşım ile planlamaları sorumlu ve sürdürülebilir bir kalkınma açısından bir zorunluluk olarak görülebilir. Günümüzde çok büyük önem kazanan sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm gelişimi idealinin en önemli araçlarından biri de bölgesel düzeyde turizm planlaması olabilir. Çünkü; bölgesel düzeyde turizm planlaması evrensel düzeyde düşünme ve yerel düzeyde hareket etmek için bir araç sunmaktadır.

Çalışmada önerilen bölgesel turizm planlaması modelinde açıklandığı gibi turizm planlaması sadece belirli bir bilim disiplininin bir uzmanın yüklenebileceği bir araştırma konusu değildir. Turizm planlaması çok değişik bilim disiplinlerinden bilim adamlarının araştırmaları ile başarıya ulaşabilecek olan bir yönetim işlevidir. Bu çalışmanın, böylesine kapsamlı ve değişik araştırmalar gerektiren bir faaliyete çok küçük bile olsa bir katkı sağlayabileceğini umut ediyorum.

Doktora ders aşamasında aldığım turizm planlaması dersi ve resmin tamamını görebilmek için turizm araştırmalarında genel bakış açılarına ihtiyaç olduğu düşüncesi, turizm işletmeciliği ana bilim dalında doktora tezi konusu olarak "Bölgesel Turizm Planlaması Modeli ve Nevşehir Örneği" başlığının seçilmesinin temel nedeni olmuştur. Düşünce; böyle bir bakış açısı bir çok araştırma için bir çerçeve çizebilir varsayımına dayanmaktadır.

Eğer bir rehberim olmasaydı bu çalışmayı tamamlayamazdım. Çalışmanın her aşamasında değerli yönlendirmeleri ve cesaretlendirmeleri ile çalışmayı tamamlamamda cömertçe yardım eden tez danışmanım Sayın Prof.Dr.Orhan İÇÖZ'e öncelikle ve eserlerinden, derslerinden, konferanslarından faydalandığım bütün bilim adamlarına samimi teşekkürlerimi sunmaktan onur duyarım.

İbrahim İLHAN

ŞEKİLLER

ŞEKİL 1. İŞLEVSEL TURİZM SİSTEMİ.....	8
ŞEKİL 2. TURİZM SİSTEMİ.....	9
ŞEKİL 3. TURİZM SİSTEMİ.....	9
ŞEKİL 4. TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	10
ŞEKİL 5. TURİZME GENEL BAKIŞ.....	11
ŞEKİL 6. COĞRAFİ YAKLAŞIM İLE TURİZMİN TEMEL UNSURLARI.....	13
ŞEKİL 7. TURİZMİN ÇEVRESİ.....	15
ŞEKİL 8. TURİZM SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ.....	19
ŞEKİL 9. TURİZM PLANLAMASININ ÜÇ DÜZEYİ.....	39
ŞEKİL 10. PASOLP MODELİ.....	48
ŞEKİL 11. TURİZM TEORİSİ VE PLANLAMASININ BÜTÜNSSEL SİSTEM MODELİ.....	49
ŞEKİL 12. ULUSAL VE BÖLGESEL DÜZEYDE TURİZM GELİŞİMİ PLANI HAZIRLAMA SÜRECİ.....	51
ŞEKİL 13. STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ.....	53
ŞEKİL 14. OPTİMİZASYON SÜRECİ - MANTIKSAL AKIŞ ŞEMASI.....	55
ŞEKİL 15. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ.....	72
ŞEKİL 16. SENTEZE DAYALI BÖLGE BELİRLEME.....	79
ŞEKİL 17. ANALİTİK BÖLGE BELİRLEME.....	80
ŞEKİL 18. AYIRIMSAL BÖLGE BELİRLEME.....	80
ŞEKİL 19. ÖRNEK ÇEVRESEL ETKİ DEĞERLENDİRME MATRİSİ.....	120
ŞEKİL 20. TURİZM PLANLAMASINDA KAPASİTE DEĞERLENDİRMESİ.....	130
ŞEKİL 21. TURİZM BÖLGESİ ÜZERİNDE MAKRO ÇEVRE TRENDLERİNİ İZLEME SÜRECİ.....	139
ŞEKİL 22. TURİZM POLİTİKASININ BELİRLENMESİ.....	149
ŞEKİL 23. TURİZM POLİTİKASI MODELİ.....	150
ŞEKİL 24. KAMU YÖNETİMİNİN YAPISI.....	169

TABLÖLAR

TABLO.1. TURİZM ENDÜSTRİSİNİ OLUŞTURAN SEKTÖRLER VE FAALİYET DALLARI.....	12
TABLO.2. ULUSAL DÜZEYDE TURİZM PLANLAMASI ÖRNEKLERİ.....	41
TABLO.3. MODEL İŞGÜCÜ PLANLAMASI TABLOSU.....	94
TABLO.4. ÇEKİCİLİKLERİN SINIFLANDIRILMASI.....	102
TABLO.5. REKREASYON FIRSATLARI VE PAZAR İLİŞKİLERİ.....	104
TABLO.6. ÇEVRESEL DEĞERLENDİRME YAKLAŞIMLARININ İŞLEVSEL SINIFLANDIRILMASI.....	119
TABLO.7. TURİZMİN ETKİLERİ.....	122
TABLO.7. TURİZM TALEBİ ÜZERİNDEKİ EKONOMİK ETKİNİN KAYNAKLARI.....	133
TABLO.8. BÖLGESEL MAKRO-ÇEVRE ANALİZİ.....	140
TABLO.9. PAZARLAMA ÇEVRESİNİN ANALİZİ.....	140
TABLO.10. TURİZM PLANLAMASI HEDEF AĞACI.....	146
TABLO.11. DEĞİŞİK ÜLKELERİN TURİZM POLİTİKALARI.....	148
TABLO.12. BÖLGESEL BÜYÜME STRATEJİLERİ.....	156
TABLO.13. ALTERNATİF PLANLAR İÇİN DEĞERLENDİRME MATRİSİ.....	160
TABLO.14. MODEL TURİZM FAALİYET PROGRAMI.....	161
TABLO.15. NEVŞEHİR İLİNİN İLÇELERİ, YÜZÖLÇÜMLERİ VE MERKEZ İLÇEYE UZAKLIKLARI.....	165
TABLO.16. NEVŞEHİR'DE EĞİTİM VE ÖĞRETİM DURUMU.....	179
TABLO.17. NEVŞEHİR'DE YERLEŞİM İÇİ VE İL MERKEZİNE ULAŞIM.....	181
TABLO.18. NEVŞEHİR KARAYOLLARININ YOL SATIŞ DURUMLARI.....	182
TABLO.19. YERLEŞİMLERE GÖRE SU VE KANALİZASYON SİSTEMLERİNİN MEVCUT DURUMU.....	183
TABLO.20. NEVŞEHİR'DE TURİZM BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ.....	185
TABLO.21. NEVŞEHİR'DE ODA VE YATAK SAYILARININ YERLEŞİMLERE GÖRE DAĞILIMI.....	186
TABLO.22. NEVŞEHİR'DE YATAK SAYILARININ YERLEŞİMLERE DAĞILIMI.....	186
TABLO.23. BELEDİYE BELGELİ OTEL, PANSİYON VE MOTEL YATAKLARININ YERLEŞİMLERE GÖRE DAĞILIMI.....	187
TABLO.24. TURİZM YATIRIM BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ.....	187
TABLO.25. TURİZM İŞLETME BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİNİN SOSYAL İMKANLARI.....	188
TABLO.26. NEVŞEHİR'DE MEVCUT TALEBE GÖRE YATAK İHTİYACI.....	189

TABLO.27. SEÇİLMİŞ BAZI OTELLERİN PERSONEL SAYILARI VE EĞİTİM DURUMLARI.....	190
TABLO.28. NEVŞEHİR'DEKİ SEYAHAT ACENTALARININ GRUPLARI VE YERLEŞİMLERE DAĞILIMI.....	191
TABLO.29. YERLEŞİMLERE GÖRE YEME-İÇME TESİSLERİNİN DAĞILIMI.....	193
TABLO.30. TURİZM BELGELİ RESTAURANTLAR.....	193
TABLO.31. TURİZM DANIŞMA BÜROLARI.....	194
TABLO.32. HEDİYELİK EŞYA MAĞAZALARININ YERLEŞİMLERE DAĞILIMI.....	195
TABLO.33. NEVŞEHİR İLİNDE YER ALAN DAĞLAR.....	199
TABLO.34. NEVŞEHİR İLİNİN MEVCUT GÖLET VE BARAJLARI.....	200
TABLO.35. NEVŞEHİR İLİNDEKİ KAPLICALAR VE İÇMELER.....	200
TABLO.36. NEVŞEHİR'İN TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERİNİN YERİ, ADI VE ÖNEMİ.....	203
TABLO.37. NEVŞEHİR'DE MİLLİYETLERE GÖRE KONAKLAYAN KİŞİLERİN DAĞILIMI.....	207
TABLO.38. NEVŞEHİR'DE MİLLİYETLERE GÖRE GECELEYEN KİŞİLERİN DAĞILIMI.....	207
TABLO.39. TEMEL TURİZM PAZARLARINDAKİ GELİŞMELER -I -	208
TABLO.40. TEMEL TURİZM PAZARLARINDAKİ GELİŞMELER -II -	208
TABLO.41. NEVŞEHİR'DE ORTALAMA KALİŞ SÜRESİ.....	209
TABLO.42. NEVŞEHİR'DE KONAKLAYAN YERLİ VE YABANCILARIN ORANI.....	210
TABLO.43. TÜRKİYE'YE YÖNELİK YABANCI TURİZM TALEBİNDEN NEVŞEHİR'İN ALDIĞI PAY.....	210
TABLO.44. NEVŞEHİR'İN TEMEL TURİZM PAZARLARININ ÜLKEMİZ TURİZM PAZARLARI İÇİNDEKİ YERİ.....	210
TABLO.45. NEVŞEHİR İLİ ODA DOLULUK ORANLARI.....	211
TABLO.46. ACENTALAR ARACILIĞI İLE GELEN TURİSTLERİN ACENTALARA DAĞILIMI.....	213
TABLO.47. NEVŞEHİR'İN İLÇELERİNİN ÜLKE VE İL GSMH'SI İÇİNDEKİ PAYI.....	215
TABLO.48. NEVŞEHİR'DEKİ ÜRETİM FAALİYET KOLLARININ GSYH İÇİNDEKİ YER	215
TABLO.49. İLDE ÜRETİM YAPAN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ SANAYİ KURULUŞLARI	216
TABLO.50. TURİZMİN BÖLGESEL EKONOMİK SONUÇLARININ ALGILANMASI.....	218
TABLO.51. TURİZMİN BÖLGEDEKİ TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL SONUÇLARININ ALGILANMASI.....	220
TABLO.52. TURİZMİN BÖLGEDEKİ ÇEVRESEL SONUÇLARININ ALGILANMASI.....	224
TABLO.53. KAPADOKYA HAKKINDA YAZILAN İLK SEYAHATNAMELER.....	225
TABLO.54. 1965 YILINDA NEVŞEHİR'DE KONAKLAMA TESİSLERİ.....	226
TABLO.54. TURİZM İŞLETME BELGELİ YATAK SAYISININ YILLARA GÖRE DAĞILIMI.....	227

TABLO.55. NEVŞEHİR'DE KONAKLAYAN KİŞİ SAYISININ GELİŞİM TRENDİ.....	228
TABLO.56. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN ASIL MESLEKLERİ VE BULUNDUKLARI GÖREVLERİ.....	231
TABLO.57. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN EĞİTİM DÜZEYLERİ.....	231
TABLO.58. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN YAŞA VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIMI.....	232
TABLO.59. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN NEVŞEHİR'DE VE GÖREVDE BULUNDUKLARI SÜRE.....	232
TABLO.60. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN BİLDİKLERİ YABANCI DİLLER.....	233
TABLO.61. KAMU KESİMİ GÖREVLİLERİNİN ASIL MESLEKLERİ VE BULUNDUKLARI GÖREVLERİ.....	233
TABLO.62. KAMU KESİMİ GÖREVLİLERİNİN EĞİTİM DÜZEYLERİ.....	234
TABLO.63. KAMU KESİMİ GÖREVLİLERİNİN YAŞ VE CİNSİYETE GÖRE DAĞILIMI	234
TABLO.64. NEVŞEHİR'DE VE GÖREVDE BULUNDUĞU SÜRE.....	235
TABLO.65. KAMU KESİMİNİ TEMSİL EDENLERİN BİLDİKLERİ YABANCI DİLLER....	235
TABLO.66. NEVŞEHİR'İN TURİZM GELİŞİMİNDE GÜÇLÜ OLDUĞU YÖNLER.....	236
TABLO.67. NEVŞEHİR'İN TURİZM GELİŞİMİNDE ZAYIF KALDIĞI YÖNLER.....	236
TABLO.68. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNİ TEHDİT EDEN SORUNLAR.....	236
TABLO.69. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE KULLANILMAYAN FIRSATLAR.....	238
TABLO.70. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE ULAŞILACAK AMAÇLAR.....	238
TABLO.71. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE SADIK KALINACAK İLKELER.....	239
TABLO.72. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE İZLENECEK STRATEJİLER.....	240
TABLO.73. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE UYGULANACAK PROJELER.....	240
TABLO.74. NEVŞEHİR'DE MEVCUT TURİZM ÖRGÜTLENMESİNİN DURUMU.....	241
TABLO.75. ÖNERİLEN NEVŞEHİR TURİZM GELİŞTİRME ÖRGÜTÜNÜN YAPISI.....	242
TABLO.76. NEVŞEHİR'İN TURİZM GELİŞİMİNDE GÜÇLÜ OLDUĞU YÖNLER.....	243
TABLO.77. NEVŞEHİR'İN TURİZM GELİŞİMİNDE ZAYIF KALDIĞI YÖNLER.....	244
TABLO.78. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNİ TEHDİT EDEN SORUNLAR.....	245
TABLO.79. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE KULLANILMAYAN FIRSATLAR.....	246
TABLO.80. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE ULAŞILACAK AMAÇLAR.....	246
TABLO.81. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE SADIK KALINACAK İLKELER.....	247
TABLO.82. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE İZLENECEK STRATEJİLER.....	247
TABLO.83. NEVŞEHİR TURİZM GELİŞİMİNDE UYGULANACAK PROJELER.....	248
TABLO.84. NEVŞEHİR'DE MEVCUT TURİZM ÖRGÜTLENMESİNİN DURUMU.....	249
TABLO.85. ÖNERİLEN NEVŞEHİR TURİZM GELİŞTİRME ÖRGÜTÜNÜN YAPISI.....	250

GİRİŞ

Dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden birisi olan turizm oldukça geniş bir faaliyet alanına yayılmıştır. Dünya turizminin bu gelişme eğiliminin önümüzdeki yıllarda da artmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Uzmanlar turizmin dünya ticaretinin en büyük sektörlerinden biri olduğu ve hızlı ve kitlesel büyüme için büyük bir potansiyeli bulunduğu konusunda görüş birliğindedir. Tartışmalar; uluslararası turizmin turist sayıları ve harcamaları bakımından artış oranında, nerede ve ne zaman olacağına odaklaşmaktadır.

Araştırmanın konusunu bölgesel düzeyde turizm planlaması oluşturmaktadır. Turizm planlamasının gerekliliğini ve turizm planlamasının da bölgesel düzeyde yapılmasını destekleyen bir çok haklı gerekçe vardır.

Uluslararası turizm turist kabul eden ülkeler için ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel fırsatlar sunmaktadır. Ancak, turist kabul eden ülkelerde turizm gelişimi iyi yönetilmediği zaman turizmin ekonomik sonuçlarından optimal fayda sağlanamayacağı gibi çevresel ve sosyo-kültürel sorunlar da ortaya çıkabilir. Bu nedenle turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve olumsuzlukların en alt düzeye indirilmesi için turizm gelişiminin yönetimi kaçınılmazdır. Bu ise turizmde dinamik ve sürekli planlama yaklaşımını zorunlu kılmakta, stratejik turizm planlaması gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır.

Türkiye gibi çok geniş bir coğrafi alanı kapsayan büyük bir ülkede, bütün ülkeyi tek bir turistik çekim alanı olarak incelemenin akılcı bir yol olduğu iddia edilemez. Türkiye gerek turizm sektörü arz unsurları gerekse sosyo-ekonomik özellikleri açısından bölgeler itibarıyla önemli farklılıklar göstermektedir. Öte yandan, farklı bölgelerde gerçekleşen iç ve dış turizm talebi de farklı kalıplardadır. Böyle bir durumda birbirine benzer özellikleri içeren yörelerin bölgeler halinde gruplandırılması ve turizm planlarının bu bölgeler itibarıyla oluşturulup uygulanması gerekmektedir.

Turizm bölgelerinde sürdürülebilir bir kalkınmanın sağlanması ise bölgenin turizm gelişimi üzerinde gerçek bir kontrole sahip olmasını gerektirir ki bu da bölgesel düzeyde turizm planlaması ile olasıdır. Bu olasılık ise doğal olarak bölgesel düzeyde turizm planlamasının nasıl yürütülebileceği konusunda planlamacılara yol

gösterici içerikte bölgesel turizm planlaması modelleri ihtiyacına işaret etmekte ve bu tür modellerin önemini ortaya koymaktadır.

Turizm gelişimi bölgesel düzeyde planlanmadığı zaman turizm gelişiminden elde edilebilecek ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydaların optimal düzeyde olamayacağı araştırmanın varsayımını oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı yukarıda genel hatları ile belirtilen ihtiyaca cevap verebilecek bir bölgesel turizm planlaması modeli geliştirerek turizm gelişimin yönetiminden sorumlu olan kesimlerin alacakları kararlara yardımcı olmaktır.

Araştırmanın kapsamı bölge düzeyinde turizm planlaması ve uygulama aşamasında ise ülkemizin önemli bir turizm bölgesi olan Nevşehir Turizm Bölgesi ile sınırlandırılmaktadır.

Üç bölümden oluşan araştırmanın birinci bölümde; turizm planlaması ile ilgili kavramlar tanımlanmaktadır. Planlamacının öncelikle planlayacağı konuyu iyi kavraması gerekir. Bu nedenle, öncelikle turizm planlaması yaklaşımları ile ilişkilendirilerek turizm kavramı tanımlanmakta ve turizm planlaması açısından turizmin bir sistem olarak ele alınmasının önemi vurgulanmaktadır. Turizm sistemi, sistemin unsurları, unsurlar arasındaki ilişkiler ve sistemin çalışma mekanizması açıklanmaktadır. Bu açıklamaları planlama kavramının tanımlanması ve yönetim açısından önemi izlemektedir. Turizm planlamasının nedenleri, tarihsel gelişim süreci, türleri ve turizm planlaması modelleri konularında bilgi verilmesi ile birinci bölüm tamamlanmaktadır.

İkinci bölümde, bölgesel turizm planlaması ile ilgili olarak bölge ve bölge türleri, turizm bölgesi kavramları tanımlanmakta ve bölgesel turizm planlamasının önemi açıklanmaktadır. Bu bölümde ayrıca bölgesel turizm planlaması modeli geliştirilmektedir. Araştırmaya dayalı devingen bir süreç olarak ele alınan bölgesel turizm planlaması modelinin her aşaması ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

Üçüncü bölümde, geliştirilen bölgesel turizm planlaması süreci modelinin aşamaları izlenerek, Nevşehir turizm bölgesinin turizm gelişimi durumu ve Nevşehir turizm bölgesindeki turizm işletmecileri ve kamu görevlilerinin turizm gelişiminin durumu, amaçları, politikaları ve stratejileri konusundaki görüşleri ve proje önerileri belirlenmektedir.

Çalışmanın sonuç kısmında ise çalışmanın bulgularına dayanarak Nevşehir (Kapadokya) turizm gelişiminin sorunlarına ve çözüm önerilerine yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM PLANLAMASI

1. TURİZM PLANLAMASI

1.1. GENEL OLARAK TURİZM VE İLGİLİ ALANLAR

Turizm kavramının tanımlanmasının zorluklarına bir çok bilim adamı ve yazar temas etmiştir. Tanımın taşıması gerekli olan özellikler, tanımlamada dikkate alınması gerekli olan kriterler ve turizm kavramının tanımlanmasının nedenleri turizm yazınında çok sık incelenen bir konudur.

Turizm kavramının tanımlanmasında karşılaşılan zorluğun temel nedeni, turizmin çok boyutlu bir olay olmasıdır. Bu nedenle, değişik amaçlarla çeşitli turizm tanımları yapılmakta, diğer bir deyişle, turizmin tanımlanmasında değişik yaklaşımlar kullanılmaktadır¹. Bu çalışmada, turizmin tanımlanması turizm planlaması yaklaşımı ile ele alınacağından, değişik yaklaşımlar ile yapılan turizm tanımlarının turizm planlaması yaklaşımlarına yansımalarına da yer verilmektedir. Turizmin tanımlanmasında kullanılan yaklaşımları yapısal, işlevsel, disipliner, bütünsel ve teknik tanımlar olmak üzere beş temel grupta toplamak mümkündür²:

¹ Orhan İÇÖZ, **Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler**, Yayınlanmamış Doçentlik Çalışması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1991, s.4.

² Bob BROTHERTON, "Konaklama, Turizm ve Eğlence Tanımları : Görüş Açıları, Problemler ve Çıkan Sonuçlar", **Turizmde Seçme Makaleler: 11**, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları No. 18, Ekim, 1991, İstanbul, s.22-24.

a. Yapısal Görüş: Seyahat ve turizmi bir endüstri olarak ele alan ve bu endüstriye dahil edilmesi gereken faaliyetler, ürünler ve hizmetlerin kapsamını dikkate alarak turizm endüstrisini tanımlamayı hedefleyen ve konuya arz yönünden yaklaşan bir görüştür.

Bu yaklaşımla turizm; ulaştırma, konaklama, rekreasyon imkanları ve ilişkili hizmetler olmak üzere bir çok farklı sektörden oluşan bir endüstri içinde istihdam, gelir, refah ve dolaylı olarak vergi yaratan; uluslararası ticaret olarak döviz geliri sağlayan ve ödemeler dengesini olumlu yönde etkileyen ekonomik bir faaliyet olarak görülmüştür. Turizmin sadece arz yönü ile tanımlandığı bu yaklaşımda turizm planlaması yeni bir otel açılışını destekleme veya fiziksel alt yapı planlaması ile eş tutulmuştur.

b. İşlevsel Görüş: Hem insanların turizm olayına katılmalarına etki eden motivasyonlar, hem de bu faaliyetlerin onlar için taşıdığı anlamlar üzerinde odaklaşan ve konuya talep açısından bakan bir yaklaşımdır.

Bir turistik bölgeye daha fazla turist çekmek için yapılan satış geliştirme çabalarının turizm planlaması olarak algılanması şeklinde planlama yaklaşımlarına yansımıştır.

İlk iki tanım açısından ele alındığında, A. Mathieson ve G. Wall'un da belirttiği gibi, turizmin planlanması ve pazarlaması turistik ihtiyaçları ve yüksek kalitede turist deneyimi sağlamaya yönelmektedir. Bölgeye ne kadar turist gelmek istiyor ya da çekilebilir ve bu ne tür hizmet ve tesisleri gerektirmektedir ? Geleneksel planlama yaklaşımının anahtar soruları olmaktadır.³

c. Disipliner Görüş: Sosyal bilimleri, örneğin ekonomi veya coğrafyayı teori bazı olarak ele almakta; seyahat ve turizm hakkında diğer faaliyetlerle karşılaştırıldığında neyin belirgin veya özel olduğunu tanımlamaya çalışmaktadır⁴.

Ekonomi, coğrafya, antropoloji ve benzeri gibi belirli bir disipline dayanan yaklaşımlar turizm hakkında temel disiplinle ilişkili olmayan yönleri görmezlikten gelme gibi bir tehlike taşımaktadırlar⁵.

Bütünsel olmaktan çok sınırlayıcı olan bu yaklaşım ile yapılan ekonomik tanımlar, ulusal ve uluslararası boyutu ile bir ekonomide turizmin ikili rolünü ortaya koymakta ve bir bütünü göstermek yerine onun parçalarını sunmaktadır.

³ Alister MATHIESON and Geoffrey WALL, **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989, s. 179.

⁴ Adrian BULL, **The Economics of Travel and Tourism**, Pitman Wiley Halsted Press, Melbourne, 1992, s.1.

⁵ A. BULL, a.g.e., Dipnot No: 4, s.xiii.

Bu yaklaşımın turizm planlamasına yansması, turizmin sadece bir ekonomik faaliyet olarak görülmesi ve turizm planlaması kapsamının turizmin ekonomik etkileri ile sınırlı tutulması olarak kendisini göstermesidir. Böylece, turizm planlamasında turizmin diğer boyutları dikkate alınmamıştır.

d. Teknik Görüş: Dünya Turizm Örgütü gibi uluslararası örgütlerin çalışmalarında bulunabilecek olan ve uluslararası örgütler ve işletmelerin turizm endüstrisinin uluslararası ticarete ve uluslararası ekonomideki yeri ve önemini ölçme ihtiyacından doğan teknik tanımlardır.

Teknik tanımlar; ulusal ve uluslararası turizm arasındaki ayırımı, hangi seyahatin turizm olarak kabul edileceğini, ziyaretçi, turist ve günübirlikçilerin kim olduğunu belirlemeye çalışmakta ve ziyaretin amacı (belirli bir motivasyon) ve zaman unsurunu (ziyaretin en alt ve en üst süresi) temel kriterler olarak kullanılmaktadır.

Bu yaklaşımın turizm planlamasına yansması; planlama açısından büyük önem taşıyan istatistiki ölçümler için tutarlı veri sunmasıdır. Öte yandan, turizm bölgesinin geliştirilmesinde sadece turistleri dikkate almak ve yerel halk için rekreatif olanakları görmezlikten gelme gibi bir tehlikeyi de taşımaktadır.

e. Bütünsel Görüş: Aynı bir turizm teorisi geliştirmeye çalışan akademisyenlerin turizmi çok disiplinli bir faaliyet olarak ele alma çabalarıdır ve bu yaklaşıma göre turizm bir sistemdir ⁶.

Disiplinler arası ve çok disiplinli bir yaklaşım olan bütünsel yaklaşım, turizmin çok yönlülüğünü kabul eden bir yaklaşımdır. Bütünsel yaklaşım ile turizmin tanımlanmasının ilk örneği 1942 'de Hunziker ve Krapf tarafından yapılan tanımdır. Bu tanıma göre, "**turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında, sürekli yerleşmek ve gelir sağlamak amacı olmaksızın yaptıkları seyahat ve konaklamalardan meydana gelen ilişki ve olayların tümüdür**" ⁷.

Bütünsel tanımlar turizm ile ilişkili bütün elemanları ve bu elemanlar arasındaki ilişkileri kapsamaya çalışır. Bu yaklaşımı destekleyen bir çok akademisyen, turizm çalışmalarında disiplinler arası sosyal bilim görüşünü benimsemişlerdir.

Bütünsel yaklaşımın en önemli yönü turizm çalışmalarında disiplinler arası ve çok disiplinli yaklaşıma olanak tanımasıdır. Turizm olayının çok boyutluluğu,

⁶ Neil LEIPER, "The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry", **Annals of Tourism Research**, Vol.: 6, No:4, 1979, ss. 390-407.

⁷ Alp TİMUR, Orhan İÇÖZ, vd., **Ege Bölgesi Turizminin Sektörel Analizi ve Gelişme Stratejileri**, ESİAD Yayın No:94/ESA-7, İzmir, 1994, s.4.

antropoloji, sosyoloji, ekonomi, coğrafya, siyasal bilim, ekoloji, eğitim, işletmecilik, hukuk, pazarlama ve psikoloji gibi diğer çalışma alanlarının kavramları ve teorilerinin turizme uyarlanmasını gerektirmektedir⁸.

Turizmi bir sistem olarak ele alan bu yaklaşım, turizmin talep boyutu ile insanları turizme iten sebepleri (ihtiyaçlar ve imkanlar) ve böylelikle turizmin öznesi olan turisti, turizmin arz boyutu ile bu ihtiyaçlara cevap verilmesi ve böylelikle turizm endüstrisini, insanlar arası ilişkileri ve bu yolla turizmin sonuçlarını kapsamaktadır.

Bu yaklaşımla turizm bir bütün olarak ele alınabilmekte ve kapsamlı bir çerçeve içerisinde turizm olayının belirli boyutları değil bütününcü incelenmesi ve kavranmasına yardımcı olabilmektedir.

Bu nedenle, turizmin bir sistem olarak kabulü, turizm planlamasında dikkate alınması gerekli bir konudur. Çünkü, disiplinler arası çalışma alanı olarak kabul edilen bütünsel yaklaşımla turizmin bir sistem olarak tanımlanması turizm planlamasına değişik disiplinlerden uzmanların katılımını öngörmektedir.

Turizm planlaması araştırma ve değerlendirmeye dayalı bir süreç olduğu için turizm planlaması yaklaşımları da turizm alanındaki araştırmaların gelişimine paralel olarak değişmiştir.

Turizmin çok yönlü bir çalışma alanı olarak kabulü ve turizm araştırmalarında bütünsel yaklaşımın benimsenmesi ile turizm planlaması yaklaşımları da yeni boyutlar kazanmış, dar kapsamlı planlama yaklaşımlarından daha bütünsel planlama yaklaşımlarına kayılmıştır.

A. Mathieson ve G. Wall'un da vurguladığı gibi, planlamacıların ziyaretçiler ile zihnini meşgul etmek yerine, ziyaret edilenlerin refahlarına daha fazla dikkat ayırmaları bir zorunluluktur.⁹ Bu ise, turizmin tanımlanmasında bütünsel bir yaklaşımla olasıdır.

1.2. TURİZM SİSTEMİ

"Turizm; esas amacı gelir elde etmek olan seyahatler hariç, insanların isteğine bağlı ve geçici olarak, sürekli olarak yaşadıkları yerler dışında bir veya birden fazla gecelemelelerinden doğan olaylar ve ilişkiler bütününcü konu alan bir sistemdir"¹⁰.

Sistem; temel olarak nesneler arasında düzenli ilişkilerin varlığı anlamına gelen ve günlük hayatta da çok sık kullanılan bir kavramdır. Sistem, ortak bir amaca

⁸ Robert W. McINTOSH ve Charles R. GOELDNER, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Sixth Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1990, s. 14.

⁹ A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 179.

¹⁰ Neil LEIPER, a.g.m., Dipnot No: 6, s. 390-407.

ulaşmak için birlikte çalışan ve birbirine bağımlı fiziksel veya kavramsal parçalardan veya alt sistemlerden oluşan bir bütündür ¹¹.

Sistemi oluşturan parçalar sisteme göre birer alt sistem, kendilerini oluşturan daha küçük parçalara göre de birer sistemdir. Her sistem kendi içerisinde daha küçük sistemleri bulundurabilir. Bunlara alt sistem denir. Başka bir deyişle, her sistem kendisinden daha büyük bir sistemin alt sistemidir. Örneğin; konaklama ve ulaştırma sistemleri turizm sistemine göre birer alt sistemdirler. Turizm sisteminin alt sistemleri arasında kuvvetli ve zayıf ilişkiler vardır. Bir sistemi oluşturan parçalar bağımsız olmayıp karşılıklı dayanışma durumundadırlar. Sistemin parçaları arasında sistematik ve dinamik ilişkiler vardır. Ortak bir amaca sahip oldukları için bu ilişkiler görev çerçevesinde gerçekleşir. Çizilen sınırlar içinde sistemin parçaları arasındaki dayanışma ve ilişkiler, onların çevreleri ile olanından daha kuvvetlidir. Sistemlerin yer aldığı toplumsal çevre sürekli geliştiğinden, sistemler de olumlu yönde değişmelidir ¹².

Günümüzde problemlerin çok çeşitli ve çok yönlü oluşu bunların bir sistem içerisinde düşünülerek incelenmesi gereğini doğurmaktadır. Turizmin çok boyutlu bir olay olması turizmin incelenmesinde sistemler yaklaşımını gerekli kılmaktadır. Sistem yaklaşımı herhangi bir karmaşık sistemin daha basit unsurlarına ayrılması ve bu unsurlar arasındaki önemli bağların tanımlanması ile uğraştığına göre sistem yaklaşımının benimsenmesi ile turizm de bir sistem olarak ele alınabilir ve alt sistemlerine ya da unsurlarına ayrılarak incelenebilir. Bir sistemi iyi anlayabilmek için onu oluşturan alt sistemlerin arasındaki ilişkileri bilmek gerekir. Bu yaklaşımla turizm çeşitli parçalardan oluşan bir bütün olarak ele alınır. Bu bütünün amaçları, bütünü oluşturan parçalar, aralarındaki ilişkiler ve sorunlar ortaya konmaya çalışılır. Bu bilgiler ise daha kapsamlı bir turizm planlamasına olanak tanıyabilir.

a. Turizm Sistem Modelleri: Değişik yazarlar turizm sistemini tanımlamaya çalışmışlardır. Basit modeller; turizm sisteminin sadece temel unsurlarını göstermektedir. Daha karmaşık olanları ise unsurlar arasındaki ilişkileri de göstermeye çalışmaktadır. Aşağıda değişik sistem modelleri örnek olarak sunulmaktadır.

Turizm sistemi, Şekil 1, arz ve talep yönü ile ele alındığında bu sistemin unsurlarını birbiri ile ilişkili olan pazarlar, turistik bölgeler, pazarlama, seyahat ve bu

¹¹ Erdener KAYNAK, "Sistemler Modeli ve Pazarlama Analizi", **Pazarlama Dergisi**, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Enstitüsü Yayını, İstanbul Matbaası, Yıl: 3, S. 4, İstanbul, 1978, s.3-4.

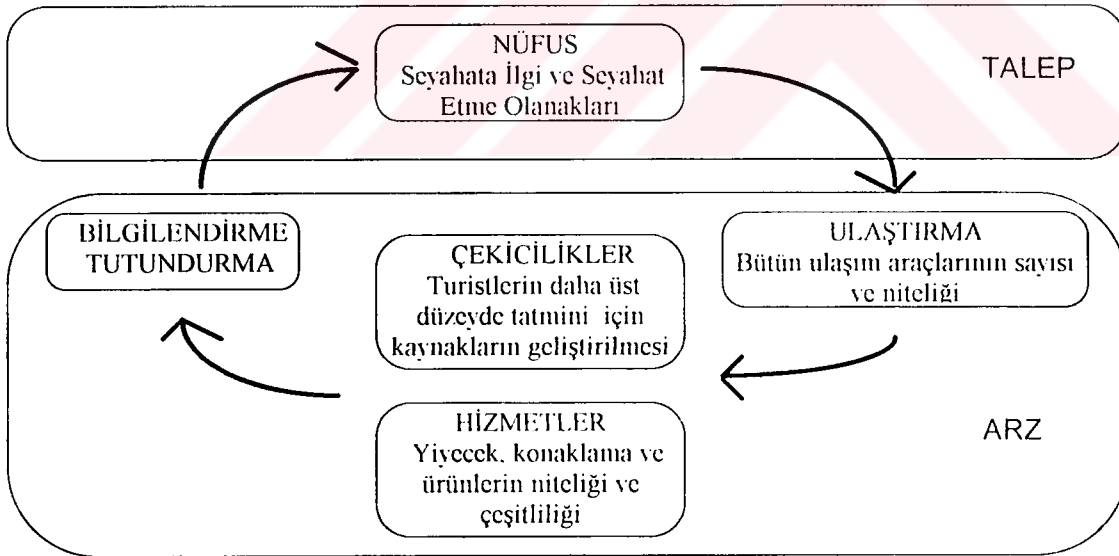
¹² Nihat YÜZÜGÖLLÜ, **Bakım Planlamasının Boyutları ve Planlama İçin Modeller**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No.50, Eskişehir, 1984, s. 5-6.

unsurları birbirine bağlayan turizm endüstrisi oluşturmaktadır ¹³. R. C. MILL ve A. M. MORRISON turizm sistemini Şekil 2' de olduğu gibi betimlemektedir¹⁴. Sunulan ilk iki turizm sistemi modeli, turizm olayını fonksiyonel olarak ele aldığından, turizm planlamacılarına resmin tamamını görmek açısından faydalı olabilir.

Sistem modelleri içinde, Lieper'in geliştirdiği turizm sistemi modeli, Şekil 3, turist gönderen yerler ile turist kabul eden bölgeler arasındaki karşılıklı bağımlılığı göstermesi açısından önem taşımaktadır ¹⁵. Bu modelde turizm mekansal boyutu ile ele alındığından, bu model turizm planlamacıları için, turist akımlarının mekansal dağılımlarından hareketle turizm bölgelerinin belirlenmesi, turist pazarlarının tanımlanması ve bunlar arasındaki ulaşımın geliştirilmesinde bir çalışma kapsamı oluşturması açısından önem taşımaktadır. Model ayrıca, turizm sistemine etki eden dış çevre faktörlerine de dikkat çekmektedir.

Mathieson ve Wall 'un geliştirdiği turizmin kavramsal çerçevesini tanımlamaya çalışan model, Şekil 4, dinamik, statik ve sonuçsal olmak üzere üç temel unsurdan oluşmaktadır. Dinamik unsur olarak talep ve seyahat, statik unsur olarak arz ve turizm bölgesindeki kalış ve sonuçsal unsur olarak sosyal, ekonomik ve fiziksel alt-sistemler üzerindeki etkiler tanımlanmaktadır ¹⁶.

Şekil 1. İşlevsel Turizm Sistemi



Kaynak: Clare A. GUNN, **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor&Francis, New York, 1988, s. 68.

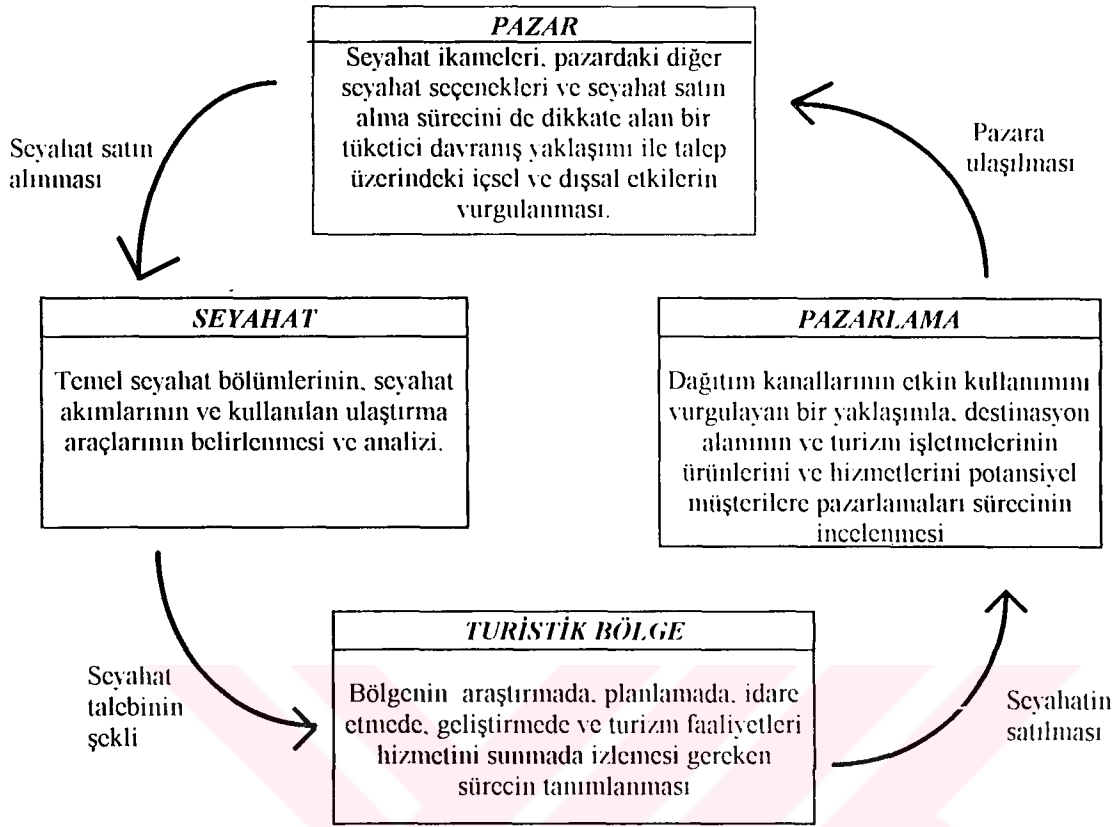
¹³ Clare A. GUNN, **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor & Francis, New York, 1988, s. 68.

¹⁴ Robert Christie MILL and Alastair M. MORRISON, **The Tourism System**, Second Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey, 1992, s. 10.

¹⁵ Neil LEIPER, a.g.m., Dipnot No: 6, s.400.

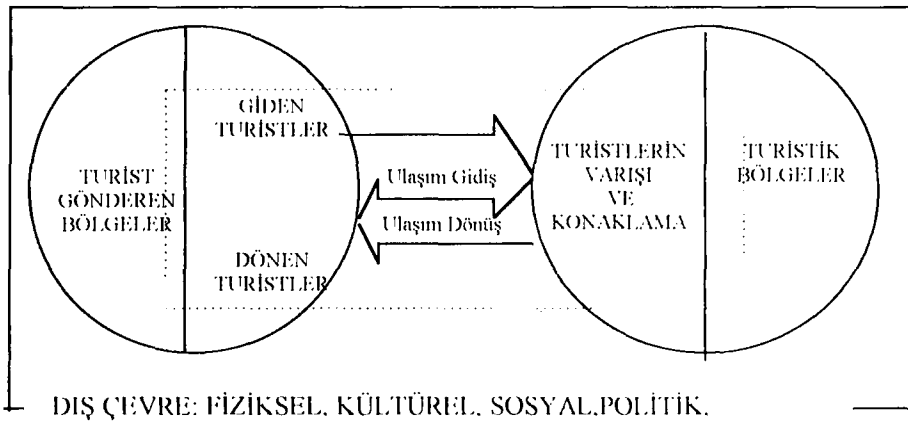
¹⁶ A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No:3, s.14.

Şekil 2. Turizm Sistemi



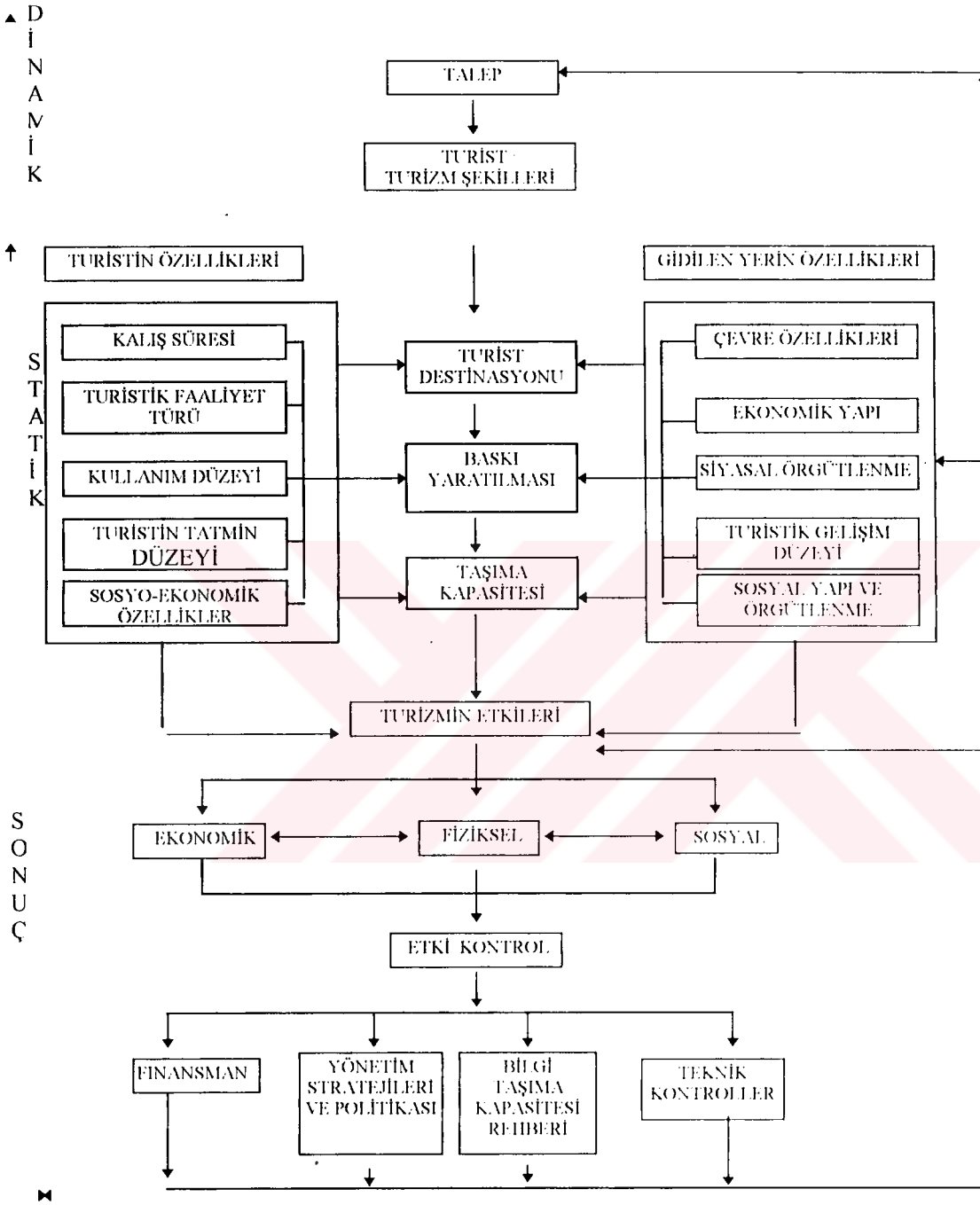
Kaynak: Robert Christie MILL and Alastair M. MORRISON, *The Tourism System*, Second Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey, 1992, s. 10' dan yararlanılarak yeniden düzenlenmiştir.

Şekil 3. Turizm Sistemi



Kaynak: N. LEIPER, "The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry", *Annals of Tourism Research*, Vol.: 6, No:4, 1979, s.400.

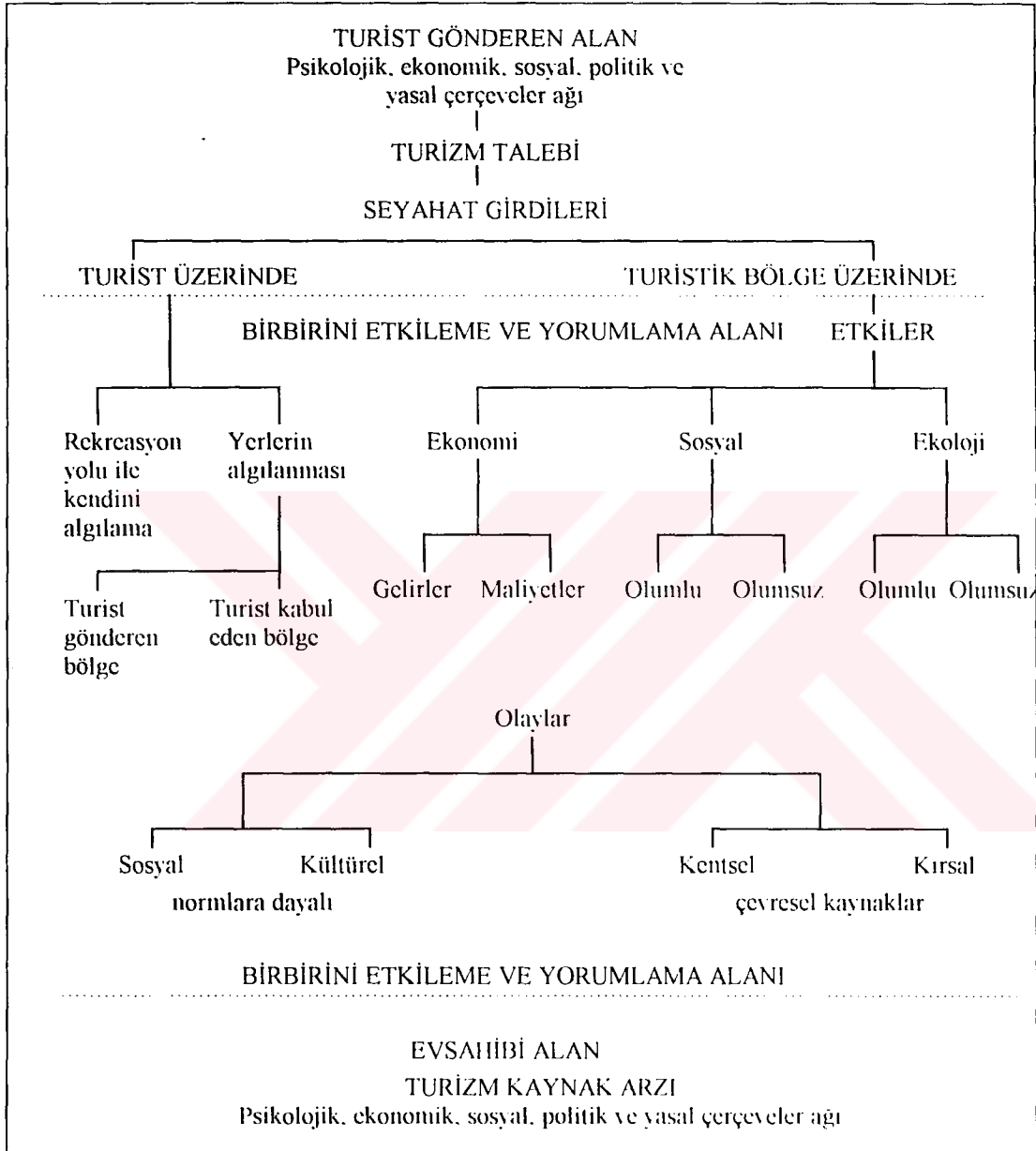
Şekil 4. Turizmin Kavramsal Çerçevesi



Kaynak: Alister MATHIESON and Geoffrey WALL, **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989, s. 15.

Chris RYAN ise "genel bakış" modeli ile, Şekil 5, turizm sisteminin unsurlarını ve aralarındaki ilişkileri üç alana ayırmaktadır¹⁷:

Şekil 5. Genel Bakış



Kaynak: Chris RYAN, **Recreational Tourism : A Social Science Perspective**, Routledge, New York, 1991, s. 201-202.

¹⁷ Chris RYAN, **Recreational Tourism : A Social Science Perspective**, Routledge, New York, 1991, 201-202.

Turist gönderen alan; turistler bir yerden geldiği için bir anlamda coğrafi bir birimdir, ancak bu yer aynı zamanda düşünce kalıplarını şekillendiren sosyal ve politik kurumlar ağıdır ve turistlerin seyahat olanağını belirleyen faktörleri de kapsar. Ev sahibi alan; yine açıkça coğrafi bir alan olmasına rağmen, aynı zamanda ev sahibi halkın turistlere karşı tutumlarını şekillendiren sosyal ve politik kurumlar ağı ve kaynaklardan oluşmaktadır. Birbirini etkileme ve yorumlama alanı; turistlerin varış alanıdır ve zamansal ve mekansal olarak değişir. Turist ve ev sahibi arasındaki etkileşimlerin olduğu yerdir.

b. Turizm Sisteminin Unsurları; Turizm; sektörler kesitinden oluşmakta ve çoğunluğu hizmetler sektöründe yer alan başta seyahat, konaklama ve yeme-içme hizmetleri olmak üzere hediyelik eşya üretimi ve satışı, eğlence ve benzeri geniş bir mal ve hizmet üretimini kapsamaktadır.

Tablo 1. Turizm Endüstrisini Oluşturan Sektörler ve Faaliyet Dalları

Sektör	Faaliyet Dalları
Konaklama	Otel, Motel, Misafirhane, Kamping, Tatil Köyü, Pansiyon vb.
Ulaştırma ve Seyahat Organizasyonu	Hava, Demir, Kara ve Deniz Ulaşımı, İletişim Olanakları. Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri.
Yeme - İçme Hizmetleri	Restoranlar, Barlar vb.
Eğlence	Tiyatrolar, Müzeler ve Sanat Galerileri, Profesyonel Spor Kulüpleri, Marinalar, Ulusal Parklar, Eğlence parkları, Hayvanat Bahçeleri, Botanik Bahçeleri
Parekende Ticaret	Hediye ve Anı Eşya Satıcıları

Kaynak: Orhan İÇÖZ, **Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler**, Yayınlanmamış Doçentlik Çalışması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1991, s. 22 -23'den yararlanılarak düzenlenmiştir.

Turizm sisteminin temel unsurları; seyahat, konaklama ve seyahat ve konaklamaya bağlı olarak ortaya çıkan bütün kurumlar ve davranışlardır.

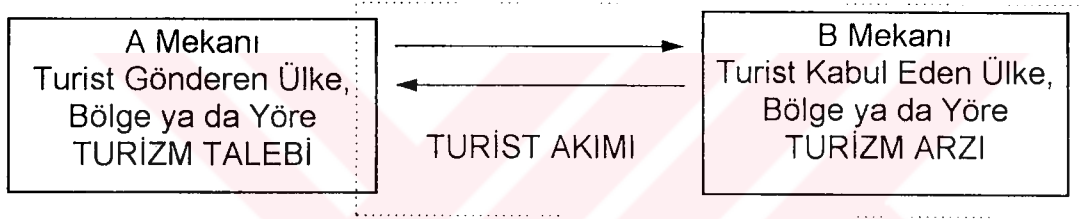
Turizm piyasası; turistik mal ve hizmetleri arz edenlerle talep edenlerin karşılaştıkları alan ve bu karşılaşmayı sağlayan örgütler bütünüdür. Bu bütün; turizm sistemi olarak kabul edildiğinde iki temel unsuru turistik talep ve turistik arzdır.

Turizm talebi; turizm sisteminin bir parçasıdır ve turistik ihtiyaçtan kaynaklanır. Turizm arzı; turizm sisteminin diğer parçasıdır ve girişimcilerin turistik

ihtiyacın giderilmesi için gerekli mal ve hizmetleri üretmek yolu ile makul bir ödül elde etme amaçlarından kaynaklanır. Bu amaçla girişimciler; emek, doğa ve sermaye gibi üretim faktörlerini biraraya getirmek zorundadırlar.

Turizm; temelde insanların yer değiştirmelerinden kaynaklanmaktadır. Yer değiştirme; insanların bir mekandan başka bir mekana geçici bir süre seyahat etmesidir ve yer değiştirmede en az iki mekan söz konusudur. Birinci mekanda turizm gereksinimleri oluşmakta ve ikinci mekanda bu gereksinimler karşılanmaktadır. Turizm; en az iki mekanda gerçekleştiği için turizm olayının incelenmesi de iki yönlüdür. Bu açıklamanın ışığında, coğrafi yaklaşımla turizm sisteminin iki temel unsuru olan turizm talebi ve turizm arzı; A ve B mekanları ile ilişkilendirilerek aşağıdaki gibi gösterilebilir.

Şekil 6. Coğrafi Yaklaşım İle Turizmin Temel Unsurları



Kaynak: Neil LEIPER, "The Framework of Tourism: towards definition of tourism, tourist, the tourism industry", *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, No.4, 1979, s.400'den uyarlanmıştır.

Birincisi, turist gönderen yerler; turistlerin devamlı yaşadığı, sosyal ve ekonomik ilişkilerini merkezileştirdiği, turizm endüstrisinin temel pazarını ve potansiyel turizm talebini oluşturan coğrafi alanlardır. Turist akımının kaynağı olan bu mekanlar; turist gönderen ülkeler, turist gönderen bölgeler ve turist gönderen yöreler olarak fonksiyonel şekilde adlandırılmaktadır.

İkincisi; turistlerin turistik isteklerini karşılamak için gittikleri ve turistik istemlerinin karşılandığı coğrafi mekandır. Turist akımına uğrayan bu mekanlar; turistik akıma bağlı olarak fonksiyonel şekilde turizm ülkeleri, turizm bölgeleri, turizm yöreleri ve turizm merkezleri olarak adlandırılmaktadır. Turistik mekanlar; geçici olarak kalmak üzere turist çeken ve çekiciliğini artıracak turistik değerlere sahip yerlerdir. Turizmin nesnesi olan turistik mekanın unsurlarını; ziyaretçilerin kullandığı tesisler ve hizmetler, yani mekanın turistik çekicilikleri ve yerel halkı, turistik işletmeleri ve turizm örgütleri oluşturmaktadır.

Birinci mekana A, ikinci mekana ise B denilirse; dünyamızda çok sayıda A ve B mekanları vardır. Birinci mekanlardan ikinci mekanlara yönelik harekete turist akımı denilmektedir. A mekanlarından B mekanlarına geliş ve B mekanlarından tekrar A mekanlarına dönüş hareketine seyahat denilmektedir. A ve B mekanları arasındaki bağlantı her türlü ulaşım aracı ile sağlanmakta ve mekanlar arasında sürekli şekilde turist akımı bulunmaktadır.

Turistik ürünün farklılığı nedeni ile tüketici fiziksel olarak üretim yerine gitmek, yani seyahat etmek zorunda olduğundan, seyahati karşılayan ulaştırma ve ulaştırma ile ilgili faaliyetler ve imkanlar turistik arzın bir parçasıdır ve turizm endüstrisinin sektörlerinden biridir. Ulaştırma sektörü turizm sisteminin bir alt sistemi olarak kabul edilebilir.

Seyahat; turizm olayının en temel unsuru olmakla birlikte tek başına turizm sayılmamaktadır. Seyahat olayının turizm özelliği taşıması için hem seyahatin amacının turistik olması hem de ikinci mekanda en az 24 saat kalmak ya da geceleme gerekmektedir. İşte; ikinci mekanda turistik talebin karşılanması olayı turizmin arzının ikincil temel unsurunu oluşturmakta ve konaklama başta olmak üzere turistik mekanda yer alan diğer çekicilikleri ve faaliyetleri kapsamaktadır.

Bu karmanın parçalarının incelenmesi ise her bir parçanın turistleri çekmekte, hizmet etmekte ve tatmin etmekte başarısının diğer unsurlara da bağlı olduğunu göstermektedir. Turistik mekan karması; çekicilikler ve olaylar, tesisler, altyapı, ulaştırma ve ağırlama kaynaklarından oluşmaktadır. Çekicilikler ve olaylar turistik bölgeye turistlerin çekilmesinde temel çekim faktörlerini oluştururlar. Turizm bölgesindeki tesisler ve ulaştırma; çekiciliklerin turistik bölgeye çektikleri ziyaretçilere ve yerel halka hizmet ederler. Bu nedenle çekicilikler ve tesisler arasında sıkı bir ilişki vardır.

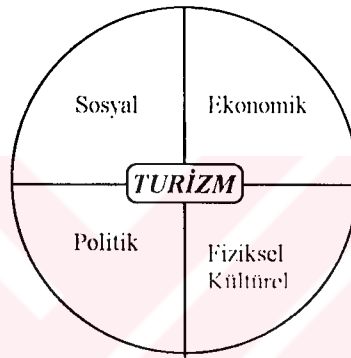
c. Turizm Sisteminin Çevresi; Her sistemin bir çevresi vardır ve çevre bir sistemin içinde faaliyette bulunduğu ortamı ifade eder. Bu ortam sistemin faaliyetlerini etkiler. Sistemler çevreleri ile ilişkilerine göre kapalı veya açık sistemler olarak sınıflandırılır. Kapalı sistem, dış çevresi ile herhangi bir alışverişi olmayan sistemdir. Açık sistem ise, dış çevresinden etkilenen sistemdir. Genel sistem teorisine göre, bir sistemin çevresi sistemin içindeki ve dışındaki bütün faktörlerden oluşur ve sistemin amacına ulaşmasına yönelik ilerlemeyi etkileyen her hangi bir

zamandaki çevre, sürekli değişen güçlerin ve birçok karmaşık ilişkilerin bir sonucudur¹⁸.

Açık bir sistemin özelliklerine sahip olan turizm sisteminin unsurları ilişki içinde olduğu fiziksel, sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve teknolojik çevre içerisinde yer almakta ve mekansal ve işlevsel ilişkilere göre örgütlenmektedir¹⁹.

Turizm; ekonomik, politik, sosyal, kültürel ve fiziksel çevre içerisinde faaliyet göstermekte ve bu çevre turizmi güçlü bir şekilde etkilemektedir. Turizm; bu çevre üzerinde çok az kontrole sahip olmakla birlikte, aynı çevre üzerinde etkileri görülmektedir.²⁰ Turizm endüstrisinin iç çevresinin temel unsurları arasında, turizm endüstrisinin dış faaliyet çevresine göre daha sıkı bağlar vardır.

Şekil 7 : Turizmin Çevresi



Kaynak: Gordon D. TAYLOR, "Research in National Tourist Organizations", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988, s.118.

Açık bir sistemde, hem çevre sistemi hem de sistem çevreyi, yani içinde bulunduğu ortamı, etkilediğine göre olaya iki yönlü bakmak gerekmektedir. Turizmin açık bir sistem olarak kabul edilmesi, turizm planlamacılarını turizm sistemini etkileyen faktörleri sürekli olarak izlemeye yönlendirecek ve turizm planlamasına dinamik ve stratejik olma niteliklerini kazandıracaktır.

¹⁸ Tamer KOÇEL, "Modern Yönetim Yaklaşımları", **İş İdaresi**, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 39, Etam A.Ş., Eskişehir, 1990, s.39-42.

¹⁹ Neil LEIPER, a.g.m., Dipnot No: 6, ss. 390-407.

²⁰ Gordon D. TAYLOR, Research in National Tourist Organizations, **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987, s.118.

d. Turizm Sisteminin Özellikleri; Turizm sisteminin özellikleri açıklık, karmaşıklık ve çeşitlilik, tepkisellik, rekabetçilik, iç bağımlılık ve sürtüşme olarak altı grupta toplanabilir ²¹ :

Açıklık; turizm sisteminin dinamiklik ve değişkenlik özelliğinden kaynaklanmaktadır. Turizm sistemi büyük bir makineye benzetilebilir. Bu makinanın her hangi bir yerinde küçük bir devirle çalışan bir parça başka parçaları da harekete geçirmekte ve bunlarda yine diğerlerini hareket ettirmektedirler. Sistem dış güçlerle çalıştırılır, ancak kendisi de büyük bir iç dinamizm geliştirir.

Karmaşıklık; turizm sisteminin küçük bir bardan uluslararası otel zincirlerine kadar değişik örgütlerden oluşmasından ve dağıtım kanallarındaki farklılıklardan ve çeşitlilikten kaynaklanmaktadır.

Tepkisellik; pazar devamlı değiştiği için turizm endüstrisi ve örgütlerinin de devamlı değişmek durumunda kalmasından kaynaklanmaktadır. Turizm sistemi de yaşamak için değişime yanıt vermek durumundadır. Bu nedenle bütün sistemler gibi turizm sistemi de geri bildirim mekanizmasına sahiptir. Bu durum turizm sisteminin tepkisellik özelliğini göstermektedir.

Rekabet; arz, talep ve diğer turistik bölgeler ve endüstrilerin güçleri arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Turizm bölgeleri hem diğer turizm bölgeleri hem de diğer rekreasyon ürünleri ve dayanıklı tüketici malları tarafından artan oranda bir rekabetle yüz yüzedir. Bu nedenle her bir turizm bölgesi toplam turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için diğerleri ile rekabet etmek zorundadır.

İç bağımlılık; turizm ürününün birleşik bir ürün olmasından ve turistik ürününün birbirine bağlı birçok işletme ve kurum tarafından üretilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle turizm sistemi iç bağımlılık özelliği gösterir. Sistemin bir unsurundaki değişiklik bütün sisteme yayılacağından talepteki, arzdaki, ulaşılabilirlikteki ya da pazarlamadaki değişimler kaçınılmaz olarak bütün sistemi etkileyecektir. Bu nedenle turizm gelişimi bütün unsurların bir uyum içerisinde çalışmasını gerektirmektedir.

Turizm alanındaki büyüme süreçleri incelendiğinde, turizm sisteminin unsurları arasındaki ilişkilerin; basit bir etki-tepki sorunu olmadığı, çeşitli güçlerin birbiri ile olan ilişkilerinin bir sonucu olduğu ve karşılıklı olarak birbirlerini etkiledikleri görülmektedir.

²¹ Alastair M. MORRISON, *Hospitality and Travel Marketing*, Second Edition, Delmar Publisher, Albany, 1996,s.55.

Örneğin; bir tatil merkezi, turistleri getirecek taşıma araçlarına, onları ağırlayacak konaklama tesislerine, doyuracak restoranlara ve yine onların sosyal, kültürel ve benzeri diğer ihtiyaçlarına cevap verecek eğlence, dinlence, rehberlik, iletişim gibi hizmetlere bağlıdır.

Çatışma; turizm sistemi ve alt-sistemlerini oluşturan birimler arasındaki kar ve zarar motivasyonundan kaynaklanmaktadır. İşletmelerin tüketiciden gelecek gelire sahip çıkmak için çoğu kez birbiriyle rekabete girmesi, birimler arasındaki işbirliğine sekte vurmakta ve bunların büyük bölümü aşırı derecede bağımsız davranıp sadece kendi çıkarını gözetebilmektedir. Halbuki, bir turizm bölgesinde toplanan kuruluşlar farklı ölçekler ve farklı işletme politikaları ile bağımsız işletmeler olarak faaliyet göstermelerine rağmen gerçekte birbirlerine bağımlıdırlar ve sonucun sağlanmasına küçük birer unsur olarak katkıda bulunurlar ve sonuçtan etkilenirler. Bu bağımlılık işbirliği çabalarının gösterilmesini ve benzeri politikaların benimsenmesini gerektirir. Turizm sisteminin belirtilen özelliklerinin planlama sürecinde dikkate alınması, turizm planlamasını dar görüşlülükten uzaklaştırabilir.

e. Turizm Sisteminin İşleyişi; Turizm bölgesi pazarlama süreci ile pazarlardaki insanlara ulaşır ve onları seyahat etmeye cesaretlendirir. Pazarlama planının geliştirilmesi ile uygun pazarlama karmasının seçimi turistik bölgenin turistleri çekme çabasında başarı ya da başarısızlığının belirleyicisidir.

Turizm sisteminin iki temel unsuru olan turist gönderen ülke veya bölgeler (pazarlar) ile turist kabul eden bölge veya ülkeler (turistik bölge) arasındaki ilişki aşağıdaki gibi açıklanabilir.

Bir toplumda turizm talebi, nüfusunun hareket yeteneği (kişisel gelir ve boş zaman) ve seyahat arzusu tarafından belirlenmektedir ²². Turizmin büyümesine neden olan dış güçler, turizm sistemine etki eden dış faktörlerdir. Refah düzeyinin gelir artışıyla birlikte yükselmesi, çalışma süresinin azalması sonucu boş zamanın artması, iş yerlerindeki monotonluk, araç sayısının ve kentleşmenin artması ve bununla birlikte bir çok yerleşim yerindeki yaşanılması güç kent yaşam koşullarından kaçma isteğinin oluşturduğu turizm talebi asıl büyüme mekanizmasını harekete geçiren güçtür.

Turizm talebinin toplam seviyesi ve tercihleri çoğunlukla turist gönderen ülke faktörleri tarafından belirlenmesine rağmen talebin mekansal dağılımı en çok turizm bölgesindeki çekim faktörleri tarafından etkilenmektedir ²³.

²² C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 69.

²³ O. İÇÖZ, a.g.e., Dipnot No: 1, s. 58.

Bir turistik bölgenin çevresel faktörlerindeki değişim normal olarak turizm talebinin toplam seviyesinde çok az etkiye sahip olmasına rağmen o bölgeye yönelik talebi kesin olarak etkilemektedir.

Bir çok pazar için seyahat amacının çoğunluğu doğal kaynak değerleri ile ilişkili olduğu için, bu faktörlerin miktar ve kalitesi turizm gelişimi açısından çok önemlidir. Turistik ürünlerin arzı; turizm çekiciliklerinin, tesislerinin ve ulaştırma imkanlarının varlığı ve pazarlanması ile belirlenir. Talebin çeşitli belirleyicileri turisti seyahat kararı almaya iterken, arz değişkenleri de belirli bir turizm bölgesine doğru çekecektir. Turizm gelişiminin uzun dönemde başarısını turizm alanının turistleri çekecek çekim gücü belirlemektedir.

Birçok doğal ve yapay ortam, turistlerin bir alanı ziyaret etmeleri için çekim gücüne sahiptirler. Bir alanda dinlenme ağırlıklı turizm etkinliklerinin gelişiminin, büyük ölçüde çevre elemanlarının özellikleri ile ilgili olduğu bilinmektedir. Zira turist, tesisten önce gideceği yeri seçmektedir. Bu nedenle bir alandaki sosyo-kültürel değerler ile doğal ve yapma çevre elemanları, turizm açısından temel kaynak niteliğini taşımaktadır. Bu nedenle turizm gelişimi kısmi olarak arz-çekimlidir.

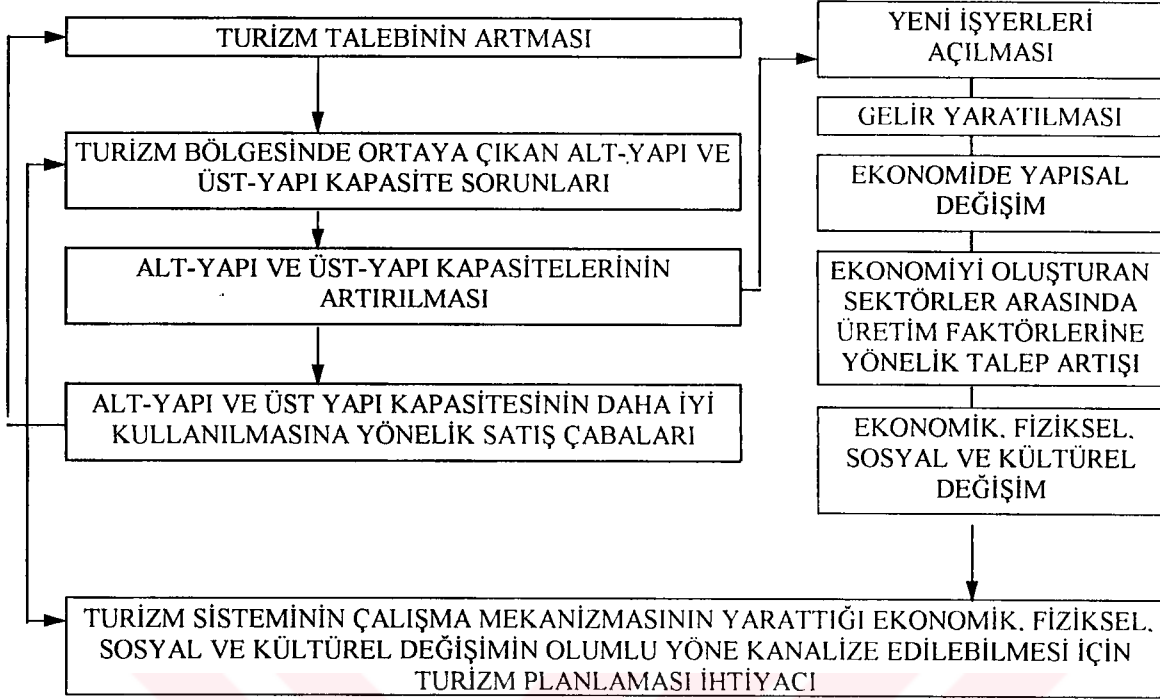
Böylece, turizm gelişiminin hem arz hem de talep çekimli olduğu söylenebilir. Bu durum unsurlar arasındaki karşılıklı etkileşimleri açıklamaktadır.

Turizme olan talep turizm sisteminin çalışma mekanizmasını harekete geçirir. Belirli bir turistik bölgeye yönelik turistik talebin artması turistik bölgelerde alt-yapı veya turistik işletmelerde kapasite sorununu ortaya çıkartır. Bu problemi çözmeye yönelik olarak turistik kapasitenin artırılması, kapasiteyi daha iyi kullanmaya yönelik satış teşvik önlemlerini gerektirir. Pazarlama çabaları ise talebin artmasına neden olacağı için turizm gelişimi hız kazanır.

Turizm ekonomisinin büyümesi bölgesel ve yerel olarak yeni işyerleri açılmasını ve sonuç olarak bir gelir yaratılmasını sağlar. Bu ise turistik ticari iş yerlerinin artması ile ekonomide yapısal değişime ve yerel halk içinde sosyal-ekonomik ve sosyo-kültürel değişimlere neden olur.

Turizm alanındaki iş imkanları ve bununla birlikte sağlanan gelir kırsal alanda çiftçinin refahını artırır ve turizm ve inşaat sektöründen toprak ve emek gibi üretim faktörlerine artan bir talep oluşur, tarımda artan bir personel sorunu ortaya çıkar ve rasyonelleşme arayışları başlar. Rasyonelleşme arayışları ise turizm planlaması ihtiyacını ortaya çıkarır.

Şekil 8. Turizm Sisteminin İşleyişi



f. Turizm Sisteminin Amacı; İnsan, turizm sisteminin merkezinde yer alır ve turizmle ilgili her faaliyetin son amacını oluşturur. Çünkü, turizm bir tüketim olayı, turist bir tüketicidir. Bu nedenle, bütün ekonomik çabaların amacı ihtiyaçların, arzu edilen nitelikte ve koşullar içinde karşılanması, insanın refah ve mutluluğunun artırılması, yaşam düzeyinin yükseltilmesi olduğuna göre, turizm sistemini oluşturan bütün alt-sistemlerin ve elemanların amacı da buna yönelik olmak zorundadır²⁴.

Bu nedenle turizm gelişimi, turizm kaynaklarını talebe yani gerçek veya potansiyel turist tercihlerine uyumlaştırmanın dinamik bir sürecidir ve turizm sisteminin bütün performansını optimize etmeyi amaçlar. Bu performans ise turizmin ekonomik, sosyal ve fiziksel çevresi üzerine olan doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkileri kapsamında ölçülebilir. Bu saptama, turizm planlamasının amacı ve kapsamını da ortaya koymaktadır.

²⁴ Hasan OLALI, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İşletme Fakültesi Yayın No: 228, Yön Ajans, İstanbul, 1990, s. 10.

1.3. PLANLAMA

Planlamanın kapsamlı bir tanımına ulaşabilmek için aşağıda değişik planlama tanımları verilmekte ve bu tanımlardan planlamanın işlevleri çıkarılmaya çalışılmaktadır.

"Planlama; amaçların veya hedeflerinin tanımlanması, bu hedeflere ulaşmak için genel stratejinin belirlenmesi, faaliyetlerin eşgüdümlemesi ve bütünleştirilmesi için kapsamlı bir planlar hiyerarşisi geliştirilmesinden oluşur" ²⁵.

Bu tanıma göre planlama; amaçların ve amaçlara ulaştıracak yolların belirlenmesi ve kapsamlı bir planlar hiyerarşisi geliştirilmesidir.

"Planlama, açık bir başlangıcı ve sonu olan, tek bir faaliyet değildir. Aksine, doğrudan ve dolaylı faaliyet çevrelerinde oluşabilecek değişimlere uyum sağlayan veya değişimleri yansıtan devamlı bir süreçtir" ²⁶.

Bu tanıma göre planlama; açık bir başlangıç ve bitişi olmayan sürekli bir faaliyet ve doğrudan ve dolaylı çevrede oluşabilecek değişimleri yansıtan bir süreçtir. Bu tanımdan planlamanın devingen bir süreç olduğu sonucuna varılabilir.

"Planlama; sürekli değişkenlik gösteren çevremizde, kendileri de zamanla değişecek olan amaç ve geleceğe dönük hedefler ile bunlara ulaşma yollarını seçeneklerini de gözетerek belirleme sanatıdır" ²⁷.

Bu tanıma göre planlama amaçları çevredeki değişikliklere göre değişebilir ve planlama hem amaçları hem de bunlara ulaştıracak seçenekleri gösterir. Bu tanımdan planlamada esnekliğin önemli olduğu çıkarılabilir.

"Planlama, yarın yapılacak işlerin bugünden belirlenmesi, ya da daha genel bir şekilde, belirli bir gelecekte nerede olunacağının ve oraya nasıl ulaşılacağının önceden belirlenmesidir." Aynı yazara göre yine : **"Planlama, amaçlar ile bunlara ulaşmayı sağlayacak araç ve olanakların belirlenmesidir"** ²⁸.

Bu tanıma göre planlama; amaçlar ve onlara ulaşmayı sağlayacak araç ve olanakların belirlenmesidir. Planlama; gelecekte yapılacak işlerin bugünden belirlenmesidir. Bu tanımdan planlamanın geleceği tahminleme ve tedbirler alma eylemlerini kapsadığı, yani önlemsel olduğu çıkarılabilir. Diğer bir ifade ile planlama, gelecekte nerede olunmak istendiğinin ve oraya nasıl ulaşılacağının yollarının belirlenmesidir.

²⁵ Stephen P. ROBBINS, **Management**, Fourth Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey, 1994, s.187.

²⁶ James A. F. STONER and R. Edward FREEMAN, **Management**, Fifth Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey, 1992, s. 186.

²⁷ Yurdakul ALPAY, **İşletme Planlaması**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1990, s. 13.

²⁸ İsmet MUCUK, **Modern İşletmecilik**, 3. Basım, Der Yayınları, İstanbul, 1987, s. 125.

Aşağıda yer alan sorular ve bunlara verilen yanıtlar planlamanın ne olduğunun anlaşılmasını kolaylaştırabilir ²⁹:

- ⇒ Neredeyiz ? Zayıf ve kuvvetli yönler, etkili çevre faktörleri, fırsat ve tehlikeler incelenir.
- ⇒ Nereye varmak istiyoruz ? Varılmak istenilen amaçlar ve hedefler karara bağlanır.
- ⇒ Ne yapmalıyız ? Belirlenen hedeflere varmak için stratejiler ve planlar hazırlanır.
- ⇒ Nasıl ilerliyoruz ? Seçilen amaçlar, hedefler, politikalar ve stratejilerin ne ölçüde gerçekleştiği kontrol edilir, gerekli görülen değişiklikler yapılır ve sonuçlar test edilir.

Yukarıdaki planlama tanımlarından kapsamlı bir tanıma ulaşmaya çalışıldığında şöyle bir tanıma ulaşılabilir : Planlama; kendisi de çevredeki değişimlere göre zamanla değişebilecek amaçların ve onlara ulaştıracak yolların belirlenmesi ve bir planlar hiyerarşisi geliştirilmesi sürecidir. Bu süreçte; önce mevcut durum tesbit edilmekte ve gelecekte nerede olunmak istendiği belirtilmekte, yani amaçlar belirtilmekte, sonra oraya nasıl ulaşılabileceğinin yolları, yani amaçlara ulaşmak için neler yapılması gerektiği belirtilmekte ve amaçlara ne kadar ulaşıldığı yani politikalar ve stratejilerin ne ölçüde gerçekleştiğinin kontrol edilmesi ile sürecin başına dönülmekte ve planlama sürekli devam etmektedir.

Gerek makro gerekse mikro düzeydeki örgütlerde ve kuruluşlarda yönetim olayının ana işlevleri planlama, örgütleme, yetiştirme, yürütme, uyumlaştırma ve denetimdir ³⁰. İnsanların, işletmelerin ve bütün kurumların geçmişi, şimdiki durumları ve gelecekleri vardır. Planlama, şimdiki durumdan ve geçmişten esinlenerek, geleceği düzenlemeye çalışan bir yönetim işlevidir.

Planlama; yönetimin diğer işlevlerinin dayanağı, çekici gücü, eğer bir benzetme yapılacak olursa, yönetimin diğer işlevlerinin dallarını oluşturduğu bir ağacın gövdesi ve köküdür. Planlamanın yönetimin diğer fonksiyonlarına karşı bir önceliği vardır ve ilk olarak ele alınması gerekir. Yönetim faaliyetine aşağıdaki nedenlerden dolayı planlama ile başlanır ³¹:

- ◆ Yönetim faaliyetine planlama ile başlanmasının temel nedeni diğer yönetim fonksiyonlarının planlamanın bir devamı olması ve planlamaya dayanmasıdır.
- ◆ Örgütlerde kaynakların dağıtımı ve başarılı bir şekilde kullanılması planlamanın yapılmasına bağlıdır.

²⁹ Sumru TÜMER, "Neden Stratejik Yönetim", **Verimlilik Dergisi**, MPM Yayını, Sayı:1993/1, s.112.

³⁰ Kemal TOSUN, **İş İdaresi**, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:39, Etam A.Ş., İzmir, 1990, s.2-3.

³¹ J. A. F. STONER and R. E. FREEMAN, a.g.e., Dipnot No: 26, s.187.

- ◆ Örgütler ister geçici isterse devamlı olsunlar planlama sonucunda görev yaparlar ve yöneticiler planlama olmadan güven içinde başkalarına liderlik edemez, başkalarından kendilerini izlemelerini bekleyemezler.
- ◆ Amaçlara ulaşılıp ulaşılmadığının veya izlenilen yoldan nerede ve ne zaman ayrılacağına kavranması planlamaya bağlıdır. Çünkü planlama olmadan denetleme yapmak faydasız bir çaba haline gelir.

Ancak, planlamanın işlevini yerine getirebilmesi için resmi olması gerekir. Çünkü, resmi olmayan planlama yazılı değildir ve amaçlar örgüt içindeki diğer kişilerle çok az paylaşılır veya hiç paylaşılmazlar. Sadece sahip-yöneticiler nereye varmak istedikleri ve oraya nasıl varmayı umut ettikleri konusunda bir görüş sahibidirler³². Bu nedenle resmi olmayan planlama geneldir ve süreklilik göstermez.

Planlama; yalnızca bir işin gerçekleştirilmesinden önce maliyetleri, gerekli araçları ve zamanı ortaya koymaz, aynı zamanda iş gerçekleşirken gerekli olan kontrolleri uygun zamanda öngördüğü ve gerekli düzeltmeleri yapmaya imkan tanıdığı için işleri yürütmek açısından da çok önemli ve vazgeçilmez bir faaliyettir.

İyi bir planlama yapabilmek için gelecekteki iç ve dış çevre koşullarının ne zaman, hangi yönde, nasıl ve ne kadar değişeceğini tahmin etmek ve bu değişikliklere uygun faaliyetler tasarlamak zorunluluğu vardır. Tasarlanan bu faaliyetlerin gelecekteki sonuçlarını görebilmek gerekir. Tahminler; gelecekte nelerin olabileceği veya olamayacağını belirleme çabasıdır. Yalnızca geleceğe ilişkin tahminler yapmak planlama değildir. Planlama, hem geleceğe ilişkin tahminleri hem de bu tahminler ışığında gelecekte neler yapılması gerektiğinin tasarlanması ve bugünden tedbirler alınmasıdır. Planlama, her yönüyle dinamik amaçlardan, bu amaçlara ulaştıracak araçlardan, gelişmeleri ölçecek ve değerlendirecek yöntemlerden oluşan dinamik bir süreçtir.

Sonuç olarak planlama; belirli bir amaca ulaşmak için tasarlanıp geliştirilen bir hareket tarzı ve karar alma sürecidir. İleriyi görmeyi, yaratıcı olmayı ve doğru değerlendirmeyi gerektiren bir yönetim işlevi ve gelecekte meydana gelebilecek olayları öngörümler gibi geleceğe yönelik faaliyetler bütünüdür. Maddi ve insani kaynakların en etkin ve verimli bir biçimde kullanılması amacına yöneliktir ve sürekli yapılması gereken bir faaliyettir. Planlama, bireylerin veya örgütlerin isteklerinin sıralanması değildir. Planlama, bilimsel araştırmalara ve bilgilere dayanmalı ve uygulanabilir olmalıdır. Planlama; olanaklar ölçüsünde geleceğe yön vermek ve geleceği şimdiden yaratmaktır.

³² S. P. ROBBINS, a.g.e., Dipnot No: 25, s.187.

1.4. TURİZM PLANLAMASI

Turizm planlaması; genel planlama kavramlarının ve yaklaşımlarının turizm sisteminin belirli özelliklerine uyarlanarak uygulanmasıdır³³. Bir dönemde turizm sektöründe ulaşılmak istenilen hedefleri, bu hedeflere varabilmek için yararlanılabilecek araçları, olanakları, yapılacak işleri, iş zamanlamasını ve işlerin sorumlularını gösteren disiplinli bir düzenlemedir³⁴. Planlama kavramından hareketle turizm planlamasının araştırma ve değerlendirmeye dayalı devingen bir süreç olduğu söylenebilir.

1.4.1. TURİZM PLANLAMASININ NEDENLERİ

Turizm yazınında turizm planlamasının nedenlerine genellikle turizm planlaması ihtiyacı ya da turizm planlamasının önemi başlıkları ile yer verilmektedir. Bu çalışmada da turizm planlaması ihtiyacı, turizm planlamasının önemi ve turizm planlamasının nedenleri aynı anlamda ele alınmaktadır. Aslında, turizm planlaması ihtiyacı ya da planlamanın önemini belirleyen konular, turizm planlamasının nedenlerini oluşturmaktadır.

Turizmde planlamanın önemini ortaya koyabilmek için sorulabilecek temel soru; "Turizm planlaması yapılmalı mı yapılmamalı mı?" sorusudur. Deneyimler, turizmde planlama yapılmamasının olumsuz sonuçları olduğunu göstermektedir. Bu olumsuz sonuçlardan kaçınma isteği turizmde planlamayı gerektiren nedenlerden biridir. Turizm planlaması ile sağlanmak istenilen olumlu sonuçlar ise turizm planlamasının diğer bir nedenidir. Turizm planlaması yapmak da bir karara bağlıdır. İkinci seçenek daha akılcı görünmektedir. Çünkü, plan yapmak planlama olmadan gerçekleştirilmesi olanaksız olan hedeflere ulaşmak demektir.

Ulusal ve bölgesel turizm planlaması yapmanın bir çok önemli faydaları vardır. Turizm planlamasının sağladığı faydaları şu şekilde sıralayabiliriz³⁵:

- ♦ Turizmin amaçları ve bu amaçların nasıl gerçekleştirileceğinin, yani turizm gelişiminin amaçları ve politikalarının belirlenmesi.

³³ Edward INSKEEP, **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, s. 25.

³⁴ H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 25.

³⁵ World Tourism Organization, **National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies**, International Thomson Business Press, London, 1994, s. 3-4.

- ◆ Doğal ve kültürel kaynakların günümüz kullanımı için olduğu kadar gelecek içinde muhafaza edilmesi ve korunmasını sağlayacak şekilde turizmin geliştirilmesini sağlaması.
- ◆ Ülkenin veya bölgenin genel gelişim politikalarına turizmi entegre etmesi ve turizm ve diğer ekonomik sektörler arasında bağlantı kurulmasını sağlaması.
- ◆ Kamu ve özel sektörün turizm gelişimi üzerinde karar vermeleri için akılcı bir zemin sağlaması.
- ◆ Turizm sektörünün bir çok unsurunun eşgüdümlü bir şekilde gelişimine olanak sağlaması: Turizm çekiciliklerini, faaliyetlerini, tesislerini, hizmetlerini ve artan oranda bölümlenen ve çeşitlenen turizm pazarlarının birbiri ile ilişkilendirilmesi.
- ◆ Olası turizm sorunlarını en aza indirirken, faydaların topluma eşit dağılımı ile turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal faydalarını dengelemesi ve optimize etmesi.
- ◆ Çekiciliklerin, tesislerin, hizmetlerin ve alt-yapının turizm gelişimi boyutu, türü ve yerine rehberlik edecek fiziksel bir yapı sağlaması.
- ◆ Uygun turistik tesis tasarımları ve birbiri ile uyumlu ve birbirini destekleyen belirli turizm alanları için hazırlanacak ayrıntılı planlara standartlar ve rehberlik sağlaması.
- ◆ Gerekli örgütsel ve kurumsal çalışma ortamını sağlayarak, turizm gelişimi politikasının etkin uygulanması ve turizm sektörünün sürekli yönetimi için temel yaratması.
- ◆ Turizm gelişiminde kamu ve özel sektör çabalarının ve yatırımların etkin eşgüdümüne ortam sağlaması.
- ◆ Turizm gelişimi sürecinin sürekli kontrollü ve yolunda gitmesini sağlayacak zemini sağlaması.

Turizm gelişiminin sosyal, ekonomik ve çevresel faydaları ve maliyetleri gözardı edilemeyecek kadar büyüktür. Turizm; refah ve gelişim için büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen aynı zamanda kendi kaynaklarını yok edebilecek bir potansiyele de sahiptir. Çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerin boyutu çoğunlukla turizm gelişiminin türü ve yoğunluğu, turizm alanının sosyo-kültürel ve ekonomik özellikleri ve turizmin nasıl geliştirildiğine bağlıdır³⁶.

O. İÇÖZ³⁷, plansız turizm gelişiminin yol açabileceği olumsuz etkileri beş temel grupta toplamaktadır:

³⁶ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 360.

³⁷ Orhan İÇÖZ, "Turizm Sektöründe Plan ve Planlamanın Önemi", **Turizm Yıllığı**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1993, s. 91-92.

1. Fiziksel Etkiler

- * Fiziksel çevrenin tahribatı ve değişimi.
- * Tarihsel ve kültürel kaynakların bozulması ve tahribi.
- * Aşırı kalabalık.
- * Kirlenme.
- * Trafik sorunları.

2. İnsanlara Yönelik Etkiler

- * Bölge halkının turistik çekiciliklerden ve hizmetlerden daha az yararlanması ve bunun sonucu olarak halkın turiste karşı olumsuz tepkisi.
- * Turistlerin bölge halkının bir kısmını beğenmemesi ya da küçük görmesi.
- * Kültürel kimlik kaybı.
- * Turizm sektöründe çalışanlarda eğitim eksikliği.
- * Turizmin katkıları konusunda bilinçsizlik.

3. Pazarlama Konusunda Etkiler

- * Yeni pazarlama fırsatlarının değerlendirilememesi.
- * Rakip turizm bölgelerinin faaliyetleri nedeniyle pazar payının kaybedilmesi.
- * Başlıca turizm pazarlarının yeterli düzeyde değerlendirilememesi.
- * Potansiyel pazarlarda bölgenin turistik imajının bozulması.
- * Bölgesel turizm işletmeleri arasında ortak reklam programları düzenlenememesi.
- * Paket tur programları fırsatlarının değerlendirilememesi.

4. Örgütsel Etkiler

- * Turizm gelişmesi ve pazarlaması konusunda birbirinden kopuk yaklaşımlar.
- * Bölgesel turizm işletmeleri arasında işbirliğinin eksikliği.
- * Turizm endüstrisinin olanaklarının yetersiz kalması.
- * Bölgesel kamu kuruluşlarının yetersiz desteği.
- * Turizmi ilgilendiren önemli sorunlar, konular ve fırsatlar için girişimlerin başarısız kalması.

5. Diğer Etkiler

- * Çekiciliklerin ve faaliyetlerin yeterliliğinde meydana gelen azalma.
- * Sezon yoğunluğu ve kalış sürelerinin kısalması.
- * Hizmet kalitesinin bozulması.
- * Seyahat danışma hizmetlerinin yetersizliği .

Kısaca, turizm planlaması yapılmadığı zaman, turizm planlaması yapıldığında sağlanacak faydalar elde edilemeyecek, hatta bazı olumsuzluklarla da karşılaşılabilir.

Turizm bir ülke veya bölgenin ekonomik, sosyal ve çevresel gelişimine önemli katkılar sağlayabilir. Bu nedenle, ulusal kalkınma çabasının bir parçası olarak turizm gelişimi de bilinçli, yönetime dayalı ve planlı bir şekilde yürütülmelidir ³⁸. Çünkü; mevcut üretim faktörlerinin etkin ve verimli kullanımı söz konusu olduğunda planlama alanına girilmektedir ³⁹. Sürekli kalkınma amacı ve bu amaca ulaşmak için kullanılacak araçlar arasında en uygun bir dengenin sağlanması ihtiyacı ise planlamayı zorunlu kılmaktadır ⁴⁰. Üretimin toplumsal gerçeklere uygun olarak ve belirli bir amaca göre önceden düzenlenmesini sağlayan planlama, çağcıl ekonomi biliminin kalkınma için geliştirdiği önemli bir tekniktir. Planlama hangi düzeyde olsun, sürekli bir ekonomik ve toplumsal gelişme için zorunlu hale gelmiştir ⁴¹. Kaynakların, alternatif kullanımlar arasındaki en doğru seçimi planlama ile mümkün olmaktadır ⁴².

Turizm sisteminin aşağıdaki özelliklerinden dolayı da turizmde planlama ihtiyacı ortaya çıkmaktadır:

1. Turizm; ekonominin diğer sektörlerinden farklıdır. Bu fark, turizmin arz ve talebinin özelliklerinden kaynaklanmaktadır.
2. Talepteki, arzdeki, ulaşılabilirlikteki veya pazarlamadaki değişimler kaçınılmaz olarak bütün turizm sistemini etkilemektedir. Bu nedenle başarılı bir turizm gelişimi, bütün unsurların uyum içerisinde çalışmasını gerektirmektedir ⁴³. Örneğin; turistik ürünün birleşik bir ürün olma özelliğinden dolayı, turizm entegre bir endüstri niteliği taşır. Turizm endüstrisi bir çok sektörün kesitlerinden oluşmuştur ve bir çok sektörden girdi almaktadır. Bu anlamda turizm; çok karmaşık, çok sektörlü ve dağınık bir faaliyettir. Turizm endüstrisinin bir çok alt sektörünün pazarlar ve rekabet de dikkate alınarak uyum içinde geliştirilmesi gerekir. Değişik ölçeklerde ve çeşitli işletme politikalarına sahip olan bu kuruluşlar, bağımsız işletmeler olarak faaliyet

³⁸ Emanuel de KADT, **Tourism - Passport to Development**, Oxford University Press, New York, 1979, s. 339.

³⁹ Vural SAVAŞ, **Kalkınma Ekonomisi**, 4.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1986, s. 429-430.

⁴⁰ H. OLALI, a.g.e., Dipnot No:24, s. 429.

⁴¹ Hasan Hüseyin DOĞAN, "Türkiye Ulusal Kalkınma Planlarının Bölge Planlamasına Yaklaşımları" **7. Ulusal Bölge Bilimi bölge Planlama Kongresi**, 1. Kitap, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İzmir, 1997, s. 101.

⁴² Erden ÖNEY, **İktisadi Planlama**, Gözden Geçirilmiş 4. Baskı, Savaş Yayınları, Ankara, 1985, s. 6.

⁴³ R.C. MILL ve A.M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 10.

göstermelerine rağmen gerçekte birbirlerine bağımlıdırlar ve sonucun sağlanmasına küçük birer unsur olarak katkıda bulunurlar. Bu bağımlılık, işbirliği çabalarının gösterilmesini ve benzeri politikaların benimsenmesini gerektirir ⁴⁴.

3. Turizm gelişimi kamu ve özel sektörler arasında işbirliği gerektirmektedir. Özel sektörün amacı haklı olarak öncelikle kardır. Turizm gelişimini sadece özel sektörün ellerine bırakmak optimum faydaların sağlanmasına engel teşkil edebilir. Tamamen kamunun eline bırakmak ise ekonomik avantajları azaltabilir. Bu nedenle turizm gelişimi kamu ve özel sektör işbirliği ve eşgüdümünü gerektirmektedir. Turizm gelişiminde kamu ve özel sektörün rollerinin belirlenmesi planlama ile sağlanabilir.

Özetle, bir turistik bölgenin iki seçeneği vardır : Birincisi, değişimlerden sonra tepki göstermek. İkincisi, mevcut durumu değerlendirmek için bir metod veya plan geliştirmek, gelecekteki durumu tahminlemek ve mevcut fırsatlardan faydalanmak için bir faaliyet planı seçmek ⁴⁵. Çeşitli uygulama ve deneyimler turizm planlamasının turizm bölgesi için yaşamsal bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Çünkü; plansız turizm gelişiminin olumsuz sonuçlarını gidermek olanaksızdır. Plansız turizm gelişiminin ortaya çıkardığı olumsuz sonuçların giderilmesi de yine belki planlı bir düzeltme faaliyeti ile gerçekleştirilebilir. Ancak, verimliliğin gelişmenin ön koşulu olduğu ve verimsiz her çabanın günün sonunda kaybetmeye mahkum olduğu rekabet dünyasında önlemsel olmak yerine tepkisel davranmayı göze almak, bir işi doğru yapmak yerine yanlışları düzeltmeye çalışmak, işin başından kaybetmeyi kabul etmektir. Bu nedenle, turizm gelişimindeki temel alternatif; ya herşey olduktan sonra tepki göstermek veya günlük kararlar ile günü kurtarmaya çalışmak ya da mevcut ve gelecekteki durumu değerlendirmek için planlama yapmak, geleceğe yönelik bir yön çizerek tehditlerden kaçınmak veya fırsatlardan faydalanmak için önlemler almaktır. Eğer turizm bölgesi yukarıda belirtilen olumsuz etkilerden kaçınmak istiyorsa kendisini diğer turizm bölgelerinden farklı kılacak şekilde özgün turizm değerlerini güçlendirmek ve korumak için planlama yapmalıdır.

Turizm planlamasının diğer bir temel nedeni ise turizm planlamasının önünde var olduğu ileri sürülen engellerin kaldırılmasıdır. Turizm planlamasının öneminin yanı sıra planlama konusunda bazı engellerinde olduğu kabul edilmektedir. Örneğin; R. C. Mill ve A. M. Morrison ⁴⁶ planlamanın önünde dört engel görmektedir:

⁴⁴ R. W. McINTOSH and C.R. GOELDNER, a.g.e., Dipnot No: 8, s. 14.

⁴⁵ R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 361.

⁴⁶ R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 365 - 366.

- ◆ Birincisi, serbest girişim içerisinde bir çok insanın planlamaya karşı olması ve planlamayı kendi faaliyet alanına bir tecavüz olarak görmesidir.
- ◆ İkincisi, planlamanın maliyetidir. Ayrıntılı kaynak analizlerine ve pazar araştırmalarına dayanan planlama sürecinin finansman ihtiyacı ve bu finansmanı hem kendi adına hemde özel sektör adına kamu kuruluşlarının karşılamak zorunda olmasıdır.
- ◆ Üçüncüsü, turizm endüstrisinin karmaşık bir yapıya sahip olması ve bir çok hükümet organının turizm endüstrisi üzerindeki bazan birbiri ile de çelişen sorumlulukları ve yetkileridir.
- ◆ Dördüncüsü ise, turizm endüstrisindeki işletmecilerin kendilerini turizm endüstrisinin bir parçası olarak değilde otelcilik ya da yeme-içme endüstrisi içinde görme eğilimidir.

Planlamanın bir işi yapmakta kesin kararlılığı ifade ettiği, esnekliğinin az olduğu, değişimleri dışladığı ve planlamanın yönetimin zamanının kaybı olduğu gibi planlama konusundaki yanlış anlayışlar da planlama üzerindeki diğer engellere örnektir ⁴⁷. Bu tür engellerin varlığı planlama yapmamayı değil, bu engelleri aşmayı ve bu problemlere çözüm üretmeyi, yani planlamayı gerektirir.

- ◆ Birinci engel, özel sektör ve pazar güçlerinin planlamanın geliştireceği kontrol mekanizmasına hoşgörü ile bakmamalarından kaynaklanmaktadır. Ancak, plansız bir yaklaşım gruplar ve bölgeler arasında gelirin ve kamu hizmetlerinin adil dağılmaması, haksız rekabet, ekonomik dalgalanma, işsizlik, dış ekonomiler örneğin çevre kirliliği gibi problemler yaratmaktadır. Tarih boyunca yaşanan sosyo-ekonomik büyüme, benzeri problemler yaratmış ve insan doğal olarak planlama ihtiyacı duymuştur. Planlamada demokratik yaklaşımların benimsenmesi ve özel sektörün planlama sürecine katılımlarının sağlanması yolu ile ve yine halk katılımının sağlandığı planlama süreci ile aşılabılır.
- ◆ İkinci engel olarak görülen planlamanın maliyeti ise plansız turizm gelişiminin maliyeti ışığında hesaplanmalıdır. Fırsat maliyeti belirlenmelidir. Ayrıca, planlama sürecinin maliyetinin finansmanında alternatif yollar geliştirilerek bu engel de aşılabılır.
- ◆ Üçüncü engel olarak görülen turizm endüstrisinin karmaşıklığı ve çok boyutluluğu ve farklı kamu organlarının birbiri ile çelişen kararları da ancak turizm planlaması ile aşılabılır. Turizm planlaması sürecinin ilk aşamasını oluşturan durum

⁴⁷ S. P. ROBBINS, a.g.e., Dipnot No: 25, s.188.

değerlendirmesinin kaynak analizi boyutu mevcut örgütsel yapıyı değerlendirmekte ve bu tür problemlere çözüm üretmeyi amaçlamaktadır.

- ◆ Dördüncü engel ise, turizm bilincinin yaratılması kapsamında değerlendirilebilir. Sistem, öğelerin değişimlerinin toplamından farklı biçimde ve toplamın da üzerinde etkilenmektedir. Öğelerin, ayrı fakat birbirleriyle ilişkili olarak oluşturdukları toplam etki, onların tek tek ele alınmalarıyla sağladıkları etkilerin toplamından daha büyüktür. Sistemin bu özelliğine sinerji (synergy) adı verilmektedir ⁴⁸. Dördüncü engel de ancak, katılımcı planlama ile turizm endüstrisini oluşturan birimlere turizmdeki rollerinin hatırlatılması ve sorumlulukları konusunda onların iknası ile mümkün olabilir. Özel sektörün aktif olarak planlama sürecine katılımı planlamanın uygulanabilirliğini artırabilir.

Planlama, yönetimle eşdeğer bir olgudur. Turizm planlaması olmadan turizm yönetiminden söz edilemez. Turizm planlaması turizm gelişiminde alternatif hareket yönleri arasından seçim yapmaktır. Planlamanın varoluş nedeni, değişimlerin özünü kavramak ve değişen ortamdan faydalanabilmek için gerçekçi stratejiler geliştirme cesaretini göstermektir. Böylece turizm planlaması, turizm yönetiminin temelini oluşturmaktadır.

Turizm yönetimi faaliyeti turizm planlaması ile başlar. Turizm yönetiminin diğer fonksiyonları turizm planlamasının bir devamıdır ve turizm planlamasına dayanır. Turizm bölgesinde insanların ve diğer kaynakların nasıl örgütleneceği ve örgütlerin görevi turizm planlamasına bağlı olduğu için kaynakların başarılı bir şekilde kullanılması turizm planlamasının yapılmasına bağlıdır.

Turizm planlaması süreci, ne yapılmak istendiği ve nasıl yapacağı konusunda toplumun bütün kesimlerinde bilinç yaratır. Turizm planlaması süreci ile ortaya konulan açıklık insanların izleyeceği yöne ışık tutar ve insanların amaçlara sahip çıkmasını ve enerjilerini doğru yönlendirmelerini sağlar. Turizm planlaması olmadan turizm gelişimi ile ulaşılabilecek amaçlar ve hedefler, amaçlar ve hedeflere ulaşmakta izlenecek yol, amaçlara ve hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını, üretim faktörlerinin etkin ve verimli kullanılıp kullanılmadığını kıyaslayacak ölçütler yok demektir. Diğer bir deyişle, turizm planlaması yalnızca bir işin gerçekleştirilmesinden önce maliyetleri, gerekli araçları ve zamanı ortaya koymamakta, aynı zamanda iş gerçekleşirken gerekli olan denetimleri uygun zamanda öngördüğü ve gerekli düzeltmeleri yapmaya imkan tanıdığı için yönetimin temelini oluşturmaktadır.

⁴⁸ M. Hulusi DEMİR, Bülent BİRCAN ve Hülya TÜTEK, **Yönetimsel Karar Verme**, Bilgehen Basımevi, İzmir, 1985, s. 35.

Geçmişin incelenmesi, bugünün değerlendirilmesi ve geleceğin öngörümü ile turist kabul eden ülke veya bölge toplumu değişimlerin dışında kalmayacaktır. Turizm planlamasının sürekliliğinin sağlanması ile hem turizm gelişiminde belirlenecek amaçlarda gerekli olduğunda yapılacak değişikliklerle esneklik hem de belirlenen amaçlarda değişikliğe ihtiyaç duyulmadığı sürece onlara ulaşmada kararlılık sağlanmış olacaktır.

1.4.2. TURİZM PLANLAMASININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Turizm faaliyetlerinde ilk planlama çalışmaları XII. yüzyılda kutsal toprakların kitlesel ziyarete açılması için yapılan düzenlemelere kadar uzanmasına rağmen, turistik hareketlerin ekonomik bir sektör olarak planlanması gereği 1950'lerde turizmin ulaştığı büyük boyutlardan sonra anlaşılmıştır ⁴⁹.

Turizm gelişimi dünyanın değişik bölgelerinde farklı seviye ve türlerde planlanmasına rağmen, hükümet raporlarının ve turizm gelişimi yazınının gözden geçirilmesi; bir çok ulusun, turizm politikası ve planlaması ile ilgilendiğini ancak bu ilginin çok yakın bir geçmişe sahip olduğunu göstermektedir ⁵⁰. Turizm sektöründe başarılı ve devamlı planlama ve plan uygulaması çok az görülmesine rağmen kötü planlama örnekleri daha çoktur ⁵¹.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde turizm talebi hızlı bir şekilde artmış ve bunun sonucunda turizm gelişiminin yaratacağı olumsuz etkileri dikkate almadan bir çok girişimci ve hükümet turizm endüstrisine yatırım yapmıştır ⁵². Turizmin, faydalarının yanısıra sorunları da olan önemli bir sosyo-ekonomik faaliyet olduğunun daha açık bir şekilde anlaşılması ile birlikte 1950'lerin sonunda ulusal, bölgesel ve yerel seviyede turizm planlaması uygulamalarının da başladığı görülmektedir ⁵³.

Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) 1976 yılında yaptığı bir araştırmada 1619 turizm planı tespit edilmiştir. Bunların 184'ü yerel, 348'i bölgesel, 180'i ulusal, 266'sı bölgeler arası, 42'si sektörel ve 599'u site ölçeğindedir ⁵⁴.

⁴⁹ H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 429.

⁵⁰ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 29.

⁵¹ E. de KADT, a.g.e., Dipnot No: 38, s. 8.

⁵² Peter E. MURPHY, **Tourism: A Community Approach**, Routledge, New York, 1985, s.159.

⁵³ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 17-18.

⁵⁴ World Tourism Organization, **Report on Physical Planning and Area Development for Tourism in the Six WTO Regions**, WTO, Madrid, 1980.

Ancak, turizm planlaması ve gelişiminin örgütlenmesi ve yürütülmesi bakımından ülkeler arasında farklılıklar bulunmakta ve en önemli ilgi odağı ekonomik amaçlar olmak üzere dikkatin belirli konularda odaklaştığı görülmektedir⁵⁵.

Asya-Pasifik bölgesinde 1959'da yapılan Hawaii Devlet Planı turizmi temel bir unsur olarak planlamaya dahil etmiş ve turizm planlamasını toplam bölgesel kalkınma planına entegre etmiştir. Planlama bu bölgede 1960'lı ve 1970'li yıllarda da devam etmiş ve Sri Lanka, Pakistan, Nepal, Taiwan, Malezya, Bali, Fiji, Fransız Polonezyası ve Avustralya'nın merkez bölgeleri için planlar yapılmıştır. Bu sürede Avrupa'da Fransa'nın sahil bölgesinde, Yugoslavya ve Kıbrıs'da turizm planları yapılmıştır. Yine bu süre içerisinde 1970-1990 Jamaika Ulusal Fiziksel Planlaması ve bazı Karayip Adaları içinde turizm planlamaları yapıldığı görülmektedir. 1980'li yıllarda da değişik planlar yapılmıştır. Bunların bazıları ise daha önce yapılan planların güncelleştirilmesi ve gözden geçirilmesidir. Günümüzde turizm planlaması kontrollü bir turizm gelişimini arzu eden birçok ülke ve bölgede yapılmaktadır. Ancak, geçmişten günümüze bazı yerlerde hala geçerli olan yaklaşım; turizm planlamasının yeni otel açılışını destekleme, otel açılan alana ulaşım sağlama ve turizm geliştirme kampanyaları düzenlenme gibi anlaşılmasıdır. Bu yaklaşım ile yapılan planlamalar ise uygun otel ve resort alanları seçilmesi, alan planlaması, peyzaj ve mühendislik düzenleme standartlarının uygulanması ile sınırlı kalmaktadır

⁵⁶

Belirli bir proje veya tesis ile ilgili ekonomik veya fiziksel planlar ve fiziksel alan düzenlemeleri planlama olarak görülmektedir. Bu yaklaşım; planlamanın turizmin ilişkili alanlar veya çevreler üzerinde yaratacağı muhtemel etkilerin ya çok az ya da hiç dikkate alınmamasına neden olmaktadır. Bu yaklaşımla planlama çabaları ilk olarak yöneylem araştırması olarak ortaya çıkmış ve 1960'lara kadar değişmemiş, aynı dönemde yapılan planların çoğunluğu entegre ve sistematik olmayan bir yaklaşımı benimsemiş ve belirli bir pazara veya alana odaklaşarak, projelerin geniş ölçekli sonuçlarını dikkate almamıştır. Bu devirde planlama çabalarındaki tek değişiklik bilgisayar teknolojisinin benimsenmesi ile ekonometrik verilerin analizinin mümkün hale gelmesidir. Ancak bu sadece teknolojik bir yenilik olduğu için yöntemde köklü bir değişiklik sağlamamıştır. Bu yaklaşımda dönüm noktasını entegre yaklaşımlar başlatmıştır. Zaman içerisinde turizm endüstrisinin boyutlarının değişimine paralel olarak turizm planlaması yaklaşımları da daha

⁵⁵ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No:13, s. 56.

⁵⁶ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot no:33, s. 15.

bölgesel ve sistematik yaklaşımlara doğru ilerleme kaydetmiş ve değişimlere paralel olarak planlamalarda hükümetlerin oynadığı rolün şekli de değişmiştir ⁵⁷.

Tarihsel olarak turizm gelişimi planlaması ya fiziksel altyapı ya da ekonomik düşüncelere yoğunlaşmıştır. Bu nedenle, turizm planlaması konusundaki birçok çalışmanın ciddi eksiklikleri vardır. Hatta, son yarım asırda dünyanın bir çok bölgesinde turizm plansız bir faaliyet olarak gelişmiştir. Böyle bir yaklaşım kitle turizminden önceki dönemde oteller ve küçük tatil köylerinin geliştirilmesinde oldukça başarılı olmasına rağmen İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki sürede turizmin çok hızlı gelişmesi ile yetersiz kalarak özellikle Akdeniz bölgesi, Karayiplerin bazı bölgeleri ve diğer bazı alanlarda plansız kitle turizminin gelişimini desteklemiştir. Günümüzde ise bu bölgeler, plansız turizm gelişiminin sosyal ve çevresel sonuçlarını ödemekte ve gelişmeye plansız ve kontrolsüz yaklaşımlarından pişmanlık duymaktadırlar ⁵⁸.

Turizm planlaması konusunda tartışılan diğer bir yaklaşım ise master turizm planlarıdır. Bu tür planlama, genellikle her beş yılda bir düzenli aralıklarla yeniden gözden geçirilen ve devlet tarafından formüle edilen turizm planlaması yöntemidir. Bu yaklaşımda her planlama süreci sonunda plan kullanılamaz olarak düşünülmemekte ve böylece süreç yeniden başlamaktadır. Kamu yetkililerinin fazla para ve zaman harcadıkları ve oldukça ayrıntılı bir plan türü olan master turizm planları esnek olmayışları ve gerçek dışı oluşları yönünde eleştiriler almaktadır. Ancak, kamu yetkililerine özel sektör gelişim programlarını denetleme gibi güçlü bir konum kazandırdığı için bu tür planlamayı destekleyenler de bulunmaktadır ⁵⁹.

Planlamacılar ve planlama teorisi akademisyenleri planlamanın devamlı bir süreç olduğuna dikkat çekmeye başlamışlardır. Bunun önemli nedenlerinden biri bazan master planlar olarak da isimlendirilen proje ve plan yaklaşımlarının yetersizliklerine olan tepkiden kaynaklanmaktadır ⁶⁰.

Turizmin bir endüstri olarak kabulü, turizm gelişimi planlamasının içeriğini değiştirmiştir. Katı master planları düzenlemenin yerini esnek ve dinamik gelişim planları almıştır. Daha da ötesi turizm gelişiminde yeni planlama yaklaşımları geliştirmek için örgütler arasında farklı seviyelerde işbirliği arayışları başlamıştır.

Ancak, yakın geçmişteki örneklerle bakıldığında zaman birçok uygulamada turizm gelişimi için gerekli hazırlıkların, ilgili ülke ve zamanın geçerli idari modeline bağlı

⁵⁷ P. E. MURPHY, Dipnot no: 52, s. 159

⁵⁸ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 15.

⁵⁹ P. E. MURPHY, a.g.e., Dipnot No: 52, s. 160.

⁶⁰ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 213 - 215.

olarak ve sosyo-ekonomik şartlar altında belirlenmiş olduğu görülmektedir. Örneğin, ülkemizde turizm örgütleri arasında işbirliğinin sağlanmasına ortam hazırlayacak yasal düzenlemeler henüz çıkarılmamıştır.

Bir çok örnekte, turizm planlaması ülkenin ekonomik yapısı ve planlama örgütü gözönünde tutularak, çalışmadan sorumlu uzmanların kişisel görüşleri altında ya çok sektörlü planlar ve çalışmaların ya da karmaşık sektörel araştırmaların bir parçası olmaktadır. Bazı araştırmalar ise yerel alt-yapı, tarihsel veya kültürel alanların gelişimi, diğer ekonomik ya da örgütsel sorunlar gibi bazen sadece turizmin özel bir sorunu için yapılmıştır ⁶¹.

Son zamanlarda yapılan planlar, daha öncekilere göre turizm gelişiminin çevresel ve sosyo-kültürel faktörlerine ve dikkatli kaynak analizlerine ve kontrollü gelişmeye dayanan sürdürülebilir kalkınmaya daha fazla önem vermektedir. Günümüzde araştırma ve analitik teknikler çok ilerlemiş, planlama prensipleri ve kalkınma standartları daha iyi anlaşılır hale gelmiştir. Planların daha etkin bir şekilde uygulanması yollarına odaklaşma vardır ⁶².

Turizm planlamasının gelişim sürecinin bu kısa incelemesinden çıkarılacak sonuçlar ise şu şekilde özetlenebilir;

- * Turizm planlaması kontrollü ve sürdürülebilir turizm gelişiminde önemli bir araç olarak görülmekte ve turizmin kalkınmaya önemli katkılar sağlayacağına inanılmaktadır. Ancak turizm olayı ve turizmin etkilerinin iyi anlaşılabilmesi turizm gelişiminin planlanmasında dar yaklaşımların kullanılmasına, planlamanın yapılmamasına, yapılan planların uygulanamamasına ya da başarısızlığına neden olmaktadır.
- * Turizmin etkilerinin doğası ile ilgili bazı efsaneler bir tarafa bırakılacak olursa, turistik bölgenin ekonomik, çevresel ve sosyal refahına turizmin gerçek potansiyel katkılarının tekrar incelenmesi için yol açılabilecektir. Böylece, olumsuzlukları olmayan, olumlu yönleri daha fazla olan bir gelişme türünün desteklenmesi imkanı doğacaktır ⁶³.
- * Turizm gelişimi dünyanın değişik bölgelerinde, farklı seviyelerde ve türlerde planlanmıştır. Ancak, yapılan bu planların ortak yönü dar görüşlü olmalarıdır. Çünkü, tarihsel olarak turizm planlamaları ya fiziksel alt-yapıya ya da ekonomik düşüncelere doğru yoğunlaşmıştır.

⁶¹ World Tourism Organization, **Integrated Planning**, AVDA. Del Generalísimo, 59 - Madrid - 16, WTO, Madrid, 1978, s. 7.

⁶² E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 18.

⁶³ A. METHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 3.

- * Turizmin, bölgesel ekonomik gelişmeye olumlu katkılar sağladığı görüşü, turizm araştırmalarının da çoğunlukla bu olguya sadece ekonomik açıdan yaklaşılmasına neden olmuştur. Bu araştırmalar, turizme bağlı olarak artan gelirlerin, turizm alanında doğrudan doğruya olumlu etkiler yarattığı sonucuna varmışlardır.
- * İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen dönemde gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasının bir aracı olarak uluslararası turizm tartışma odağı olmuş ve tartışma üç aşamada gerçekleşmiştir ⁶⁴: İlk aşamadaki araştırmalar, turizmin istihdam yaratması, gelir ve yabancı döviz sağlaması, çarpan etkileri yolu ile diğer sektörler arasında bağıntılar kurması, altyapı ve bölgesel kalkınmayı sağlaması gibi ekonomik faydalardan dolayı turizmin kalkınmaya katkıda bulunduğunu sorgusuz sualsiz kabul etmişlerdir. İkinci aşama araştırmaları, turizmin reel (net) ekonomik katkıları hakkında şüpheleri ortaya koymuş; ekonomik bağımlılık, sızıntılar ile birlikte turizmin olumsuz sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine dikkat çekmişlerdir. Son aşamada ise, uluslararası turizmin yaratacağı fırsatlar ve tehlikelerin her ikisinin de ortaya konulması ile görüşler arasında bir denge oluşturulmuştur. Böylece, turizmin yaratacağı faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerinin en alt düzeye indirilmesi için turizm planlaması öne çıkmaya başlamıştır.

Turizm planlamasının tarihsel gelişiminin kısa açıklamasının da işaret ettiği gibi turizm planlamasında değişik yaklaşımlar kullanılmıştır. Çıkarılan bu sonuçların ışığında turizm planlaması gelişimi süreci, değişik bölge ve ülkelerde gerçekleşmiş olabilecek sarkmaları da kabul ederek, teorik açıklamaya yardımcı olması amacı ile bazı dönemlere bölünebilir;

Birinci dönem, turizm gelişiminin hiçbir plan olmadan gerçekleştiği, plansız turizm gelişimi dönemidir. Bu dönemde turizm gelişiminin etkileri, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bilinmemektedir. Bu dönemde, birkaç uzman kişinin yazdığı ve hükümet raflarında sakladıkları ve kimseye vermedikleri belgeler turizm planlaması olarak değerlendirilmiştir. Hatta birçok hükümet bu konu ile ilgilenmemiştir, örneğin Türkiye'de Turizm Bakanlığı 1963 yılında kurulmuştur.

İkinci dönem, fiziksel alt-yapı fizibilite çalışmalarının turizm planlaması olarak değerlendirildiği dönemdir. Bu dönemde turizm planlaması, yeni bir otel açılması, kanalizasyon inşaatı veya yol yapımı ile bir alana ulaşım sağlanması gibi

⁶⁴ H. Nelson GRABON ve Jafar JAFARI, "Introduction: Tourism and Scholarship in Retrospect", *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 1, 1991, s.1-9

basit bir süreç olarak görülmüştür. Bu dönem arz eğilimli turizm planlaması döneminin başlangıcıdır.

Üçüncü dönemde, hızla artan turizm talebine yeterli mal ve hizmet sunmak planlamanın odağı olmuştur. Bu dönemin bütün çabaları turizmde beklenen gelişmenin sağlanması için altyapının geliştirilmesi ve üstyapının teşvikidir. Mühendislik tasarım standartlarının uygulanması, sistemli planlama olarak değerlendirilmiştir. Bu dönem ürün eğilimli planlama dönemidir. Turistin ne beklediği bile düşünülmeden turistik ürün geliştirme çabalarına girilmiştir.

Bu dönemin Türkiye örneğine bakıldığında turizm planlaması; turistik talep tahminlemesi ve bu tahmin sonuçlarına göre geceleme sayılarının hesaplanarak yatak sayısının artırılmasının teşvikidir. Bu dönemde pazarlama boyutu ve rekabet dikkate alınmamıştır. Sonuçta ise köy belediyelerine kadar birçok kamu kuruluşu turizm endüstrisine yatırım yapmıştır.

Dördüncü dönem, tanıtım eğilimli planlama dönemidir. Bu dönemde çevre ve insan hiç düşünülmemiş, daha fazla turist çekmek için gösterilen satış geliştirme çabaları turizm planlaması olarak görülmüştür. Ürün eğilimli dönemin yarattığı fazla yatak kapasitesi nedeni ile turizm gelişiminde tanıtım eğilimi gerekli bir tepki olarak algılanmıştır.

Ülkemizde de günümüzde tanıtım çabaları öne çıkmıştır. Daha fazla turistin gelmesi ve otellerin dolması amacı ile, kamu ve özel sektör yetkilileri nasıl bir örgütlenme ile bir araya gelebileceklerini tartışmaktadırlar ⁶⁵. Yerel halkı düşünme veya sosyal, kültürel, çevresel değerleri koruma pek tartışılmamaktadır.

Turistlerin ihtiyacı ve turistlere ilginç deneyimler kazandırma düşüncesi, Archer ve Cooper'a göre son yirmi yıllık dönemde planlama ve pazarlama çabalarını yönlendirmiştir ⁶⁶. Bu nedenle, kitle turizmi için tesisler ve imkanların geliştirilmesinde uzun vadeli kullanımdan çok kısa vadeli pazar başarıları ölçüt alınmaktadır ⁶⁷.

Ürün veya tüketici eğilimli turizm gelişimi planlamasının öncelikli güdüsü veya temel amacı ticaret ve ekonomik kazançtır. İşletmeler, arsa sahipleri, yerel veya ulusal idareciler hep aynı amaçla hareket etmişlerdir. Özel sektör büyüyen turizm

⁶⁵ Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **TOBB Sektör Kurulları: Sektörel Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, TOBB yayınları No Genel: 266, Ajans Plus, Ankara, 1993,s.95-96.

⁶⁶ Brian ARCHER and C. COOPER, "The positive and negative impact of tourism", **Global Tourism**, Editör : W. F. THEOBALD, Buterworth - Heinemann, Oxford, 1994, s. 73 - 91.

⁶⁷ John J. PIGRAM, " Alternative tourism: tourism and sustainable resource management" **Tourism Alternatives**, Editörler: Valene L.. SMITH and William R. EADINGTON,University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1992, s. 76 - 87.

pazarlarından daha fazla pay ve kar elde etmeye uğraşırken, kamu sektörü de değişik yollardan özel sektöre yardım etmeye çalışmıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde çalışan turizm planlamacıları turizm projelerinin sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini görmezlikten gelmişler, projeleri sadece ekonomik anlamda değerlendirmişlerdir. Sosyal faydalardan yararlanma ve maliyetlerden sakınma programları düşünülmemiştir.

Beşinci dönem, turizmin mevsimsel özelliğinden kaynaklanan zamanda ve mekanda yoğunlaşma problemine karşı tepkisel olarak alınan önlemlerin turizm planlaması olarak algılandığı dönemdir.

Bu yaklaşım ise turizm planlaması yaklaşımından çok büyüme politikası yaklaşımına uygun düşmektedir. Ancak, bu tür bir planlama polikasının kendisi de problem yaratabilir. Ülkemizdeki bazı gelişmeler ise bu iddiaya kanıtlar sunmaktadır. Örneğin, zamansal yoğunlaşmayı önlemek amacıyla turizmi bir yıla yaymak için alınan önlemler ve mekanda yoğunlaşmayı azaltmak için alınan önlemler sosyo-kültürel, ekonomik veya çevresel değerlendirmelerden yoksundur. Bu yoğunlaşmalara alternatif olarak sunulan ve yumuşak turizm olarak nitelendirilen önlemler aslında pazarlama çabalarıdır ve sert turizmdir. Çünkü, çevreye zararı düşünülmeden ülkenin bir yerinde yayla turizmi, bir yerinde doğa yürüyüşü, bir yerinde su sporları gibi turizm ürününü çeşitlendirme çabalarına girişilmiştir.

Günümüzde ise akademisyenlerin çoğu, hükümetler, ulusal ve uluslararası örgütler, istenmeyen sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerden dolayı turizm gelişiminde yeni planlama yaklaşımlarının kaçınılmaz olduğunda uzlaşmakta ve turizm planlaması konusunda yeni kavramlara ve bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır.

1.4.3. TURİZM PLANLAMASI TÜRLERİ

Turizm planlaması yaklaşımlarının çeşitliliğine paralel olarak turizm planlaması türleri ve ölçekleri oldukça farklılaşmaktadır. İlgili ülkenin idari ve siyasi yapısına ve planlamanın kapsamına göre de planlama düzeyleri farklılaşmaktadır. Bu karmaşıklığa bir açıklık getirebilmek için turizm planlaması türlerinin sınıflandırılmasında bazı ölçütlere bağlı kalınması gerekmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün 1978 yılında yayınladığı bir dökümanda turizm planlaması türleri; analiz edilen alanın ölçeğine, planlamanın kapsadığı süreye ve planlamanın örgütsel yapısına göre üçe ayrılmaktadır ⁶⁸. Bu çalışmada da benzer

⁶⁸ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s.13 - 21.

bir yolla aşağıdaki sınıflandırma yapılmakta, turizm planlaması türleri sınıflandırılırken genelden özele doğru bir sıralama yapılmasına özellikle dikkat edilmektedir.

Turizm planlaması türleri; kapsadığı zamana ya da döneme göre uzun vadeli turizm planlaması, orta vadeli turizm planlaması ve kısa vadeli turizm planlaması, örgütsel yapısına göre entegre turizm planlaması ve sektörel turizm planlaması, kapsadığı coğrafik alana ya da mekana göre uluslararası turizm planlaması, ulusal turizm planlaması, bölgesel turizm planlaması ve yerel turizm planlaması olarak sınıflandırılabilir.

Turizm planlamaları zaman (dönem), mekan ve örgütsel düzey dikkate alınarak yapılmakta ve turizm planlaması türleri bu konulara paralel olarak belirlenebilmektedir. Zaman esasına dayanan planlama mekana ve sektörlerle (örgütsel yapı) uygulanabilir. Diğer bir anlatımla; "Stratejik Bölgesel Turizm Planlaması" denildiğinde zaman, mekan ve sektör kriterleri kapsanmış olmaktadır. Burada dikkat çekilmek istenen nokta; turizm planlaması türlerinin birbirinden apayrı kavramlar olmadığı ve sınıflandırmanın sadece hiyerarşik açıdan önem taşıdığıdır.

a. Dönemsel Turizm Planlaması Türleri; Turizm planlamasının kapsadığı zaman süresine göre yapılan bu sınıflandırma turizm planlaması türlerini kısa, orta ve uzun vadeli turizm planlaması olarak üçe ayırmaktadır.

- **Kısa vadeli turizm planlaması;** Kısa vadeli ya da operasyonel planlar genellikle bir veya iki yıllık dönemi ve politik ve ekonomik fizibiliteleri tamamlanmış ve karara bağlanmış yatırım programlarını kapsar. Bir çok ülke, genel olarak kullanılan inşaat teknikleri ve tesislerin yatırım - uygulama süreleri ile uyum gösteren iki yıllık plan dönemlerini benimsemektedir ⁶⁹. Ekonomik ve siyasal olanaklara uygun biçimde gerçekleştirilen yatırım programlarına bağlı bir ya da iki yıllık süreler için yapılan planlama; dönemsel açıdan kısa vadeli planlama olarak kabul edilmektedir.
- **Orta vadeli turizm planlaması;** Orta vadeli planlama taktiksel planlama olarak da adlandırılmakta ve üç ile altı yıllık bir dönemi kapsamaktadır. Orta vadeli turizm planlaması; genellikle ulusal planların bir parçası olan yatırım programları ve bölgesel ekonomik kalkınma planlarının süreleri ile uyum göstermektedir. Bir çok ülkede planlama ve ekonomi istatistiklerinin dönemsel olarak kıyaslanabilmesi yönünde bir eğilimin olması nedeni ile orta vadeli planlamalarda beş yıllık dönemler benimsenmektedir. Özellikle ekonomisi istikrarlı ülkelerde beş yıllık

⁶⁹ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 19.

dönemler kullanılmaktadır. Dönemsel planlama türü turizm alanında çok kullanılmaktadır ⁷⁰. Ülkemizde de beş yıllık kalkınma planları uygulanmaktadır. Orta vadeli planlama; kalkınma planları çerçevesinde gerçekleştirilen yatırım programlarına yanıt veren bir dönemsel planlama türüdür.

- *Uzun vadeli turizm planlaması*; Uzun vadeli planlama aynı zamanda stratejik planlama ya da perspektif planlama olarak da bilinmekte ve genellikle on yıldan yirmi beş yıla kadar bir dönemi kapsamakta ve orta vadeli planların hazırlanması ve uygulanmasına rehberlik etmektedir ⁷¹.

Planlamanın kapsadığı süreye göre yapılan sınıflandırmada dikkat edilmesi gerekli olan önemli nokta; kısa ve orta vadeli planlamanın uzun vadeli planlama ufku içerisinde ele alınması gerektiğidir.

b. Örgütsel Turizm Planlaması Türleri; Planlamanın örgütsel yapısına göre yapılan bu sınıflandırma turizm planlaması türlerini entegre turizm planlaması ve sektörel turizm planlaması olarak ikiye ayırmaktadır.

- *Entegre turizm planlaması*; turizmin çok boyutlu doğası ve unsurlarının bir birine bağımlılığına dayanmaktadır. Yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde planlama sürecinin bütün evreleri ve ekonominin turizm ile ilişkili diğer sektörleri arasında daha iyi bir eşgüdümü tesis etmeyi amaçlayan entegre bir planlama yaklaşımıdır ⁷².

Ekonominin diğer sektörleri ile mekansal bir işbirliğinin sağlanması oldukça önemlidir. Yollar, havaalanları, limanlar gibi büyük alt-yapı yatırımları sadece turizm talebi ve ihtiyaçları için değil aynı zamanda tarım ya da imalat sanayi gibi diğer sektörler de dikkate alınarak yapılır. Eşgüdüm, değerli turistik çekiciliklerin diğer faaliyetler tarafından zarara uğratılmaması için de gereklidir ⁷³.

Ulusal turizm planlamasından yerel turizm planlamasına kadar bütün ölçekleri kapsayan turizm gelişimi planlamasının amaçları aynı olsa bile farklı coğrafi ve politik düzeylerde yaklaşımlar ile planlama süreçleri farklı olmak zorundadır.

Başarılı bir turizm için farklı düzeydeki turizm planlaması çalışmalarının bütünleştirilmesi gereklidir. Bütünleştirilmesi gerekli üç planlama süreci düzeyi ve bu düzeylerin bütünleştirilmesine Şekil 9. örnek gösterilebilir ⁷⁴.

⁷⁰ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 19.

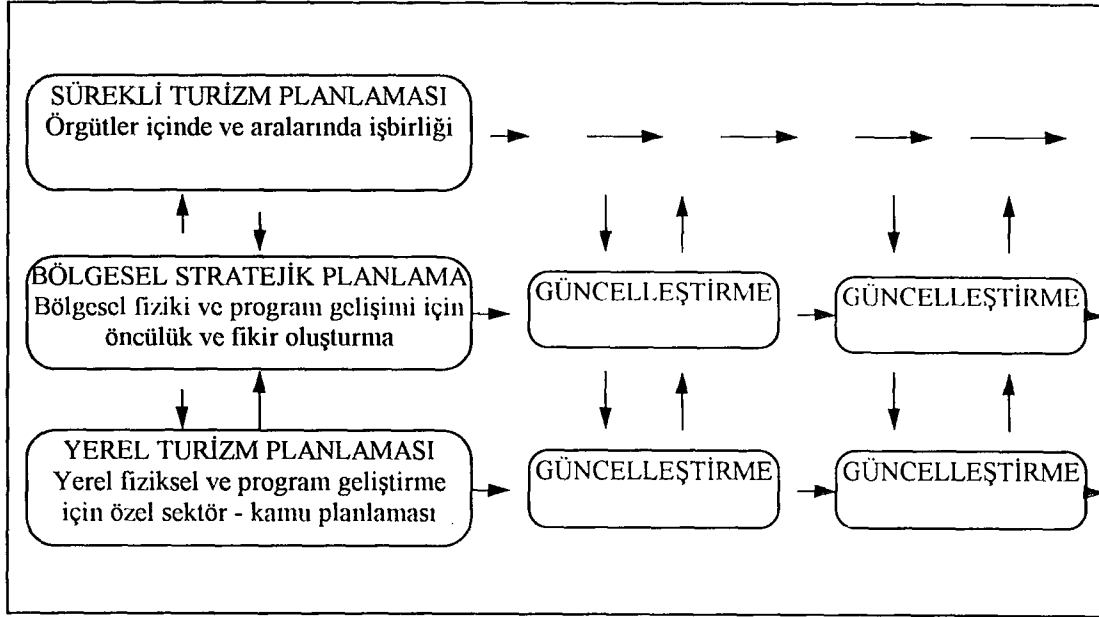
⁷¹ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 20.

⁷² W.T.O., a.g. e., Dipnot No: 61, s. 21.

⁷³ Douglas PEARCE, *Tourist Development*, Second Edition, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989a.g.e., s. 255.

⁷⁴ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 213 - 214.

Şekil 9. Turizm Planlamasının Üç Düzeyi



Kaynak: Clare A. GUNN, *Tourism Planning*, Taylor & Francis, New York, 1988, s. 214.

- *Sektörel turizm planlaması*; Sektörel planlama; inşaat, imalat, tarım, ulaştırma ve turizm gibi ulusal ekonominin değişik sektörlerinin ayrı ayrı planlanmasıdır. Sektörel planlama özellikle ülkenin ekonomik yapısının sektörleri olarak kabul edilen alanları kapsar. Bu planlama türünde turizm, diğer sektörlerden ayrı olarak ele alınır. Turizm; ulaştırma, tarım ve kültürel alanlar gibi ekonominin diğer sektörleri ile bağımlılıkları dikkate alınmadan sadece inşaatlar ve hizmetler olarak planlanır⁷⁵.

Ancak, sektörel turizm planlaması denildiğinde bu kavramın turizmin alt sektörlerine göre planlanması olarak algılanması daha uygun olabilir. Örneğin; dağ turizminin geliştirilmesi için planlama, termal turizmin geliştirilmesi için planlama, turistik yolların geliştirilmesi ve düzenlenmesi için planlama, sosyal turizm planlaması (gençlik turizmi planlaması), konaklama sektörü planlaması, turizmde iş gücü planlaması, turistik çekiciliklerin planlaması, turistik alt-yapı planlaması, rekreasyon planlaması ve benzeri planlama faaliyetleri gibi. Böyle bir sınıflandırma yapılmadığında herhangi bir turistik bölgedeki su arıtma projesi kendi başına bir turizm planlaması gibi algılanılmakta ya da öyle gösterilmeye çalışılmaktadır.

⁷⁵ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 20.

c. Mekansal Turizm Planlaması Türleri; Kapsadığı mekana göre turizm planlaması; uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel turizm planlaması olarak sınıflandırılmaktadır.

- *Uluslararası turizm planlaması;* değişik ülkelerin ortak turizm planlaması çalışmalarıdır. Bir ya da daha fazla ülkenin coğrafi sınırlarını aştığı için mekansal açıdan uluslararası düzeydedir. Genellikle sınır alanları ile ilgili olan bu tür turizm planlaması çalışmaları yerel ve bölgesel ölçekteki turizm planlaması çalışmalarını da kapsayabilir. Akdeniz havzasında olduğu gibi sahil alanlarını paylaşan iki ya da daha fazla devlet arasındaki ortak çalışmalar örnek olarak verilebilir ⁷⁶.

Bu düzeydeki turizm planlaması daha çok uluslararası ulaştırma hizmetleri, farklı ülkeler arasındaki turistik hareketler ve turların programlanması, komşu ülkelerdeki tamamlayıcı tesisler ve temel çekiciliklerin gelişimi, çok ülkeli pazarlama stratejileri ve tanıtma programları ile ilgilidir. Uluslararası düzeyde turizm planlaması, pazarlama ve diğer işbirliği gerektiren faaliyetler Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve onun bölgesel komisyonları, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO), diğer Birleşmiş Milletler acentaları ve bölgesel komisyonları, Uluslararası Hava Ulaştırma Birliği (IATA), Pasifik Asya Seyahat Birliği (PATA), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) turizm komitesi ve benzeri uluslararası örgütler aracılığı ile yürütülmektedir ⁷⁷.

Dünyanın aynı bölgesinde yer alan birçok ülkenin birlikte gerçekleştirdikleri planlama faaliyeti olduğundan ve uluslararası bir örgütlenmeyi gerektirdiğinden örgütsel bir düzey olarak da ele alınabilir.

Değişik ülkelerin işbirliğini gerektirdiği için uluslararası düzeyde turizm planlaması çalışmaları oldukça azdır. Ancak, uluslararası acentalardan bölgesel turizm projeleri için destek aldıkları için büyük öneme sahiptir ⁷⁸.

Uluslararası turizm planlaması, aynı bölgeden iki veya daha fazla ülkenin katılımı ile yürütüldüğü için uluslararası bölgesel turizm planlaması olarak da adlandırılmaktadır ⁷⁹. Bu düzeydeki turizm planlamasına turizm yazınında çok az yer verilmesine rağmen dünyanın değişik bölgelerinde bazı uygulamalar görülmektedir. Tablo 2.'deki örnekler bu seviyedeki planlama çalışmalarının turizmin gelişimindeki rolünün anlaşılmasında bir gösterge olabilir.

⁷⁶ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 17-18.

⁷⁷ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 34.

⁷⁸ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 35.

⁷⁹ D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s. 249.

Tablo 2. Uluslararası Düzeyde Turizm Planlaması Örnekleri

<i>PROGRAMIN ADI</i>	<i>KATILAN ÜLKELER</i>	<i>KAPSAMI</i>
Ege Denizi	Türkiye - Yunanistan	Ege havzasında turizm geliştirilmesi için öneriler
Baltık - Tatra - Budapeşte - Adriyatik Yolu (BTBA)	Polonya - Çekoslovakya - Macaristan - Yugoslavya	Baltık'dan Adriyatik'e uzanan turizm alanının fiziksel planlaması
Akdeniz Havzası	Bütün Sahil Ülkeleri	Çalışma ve eylem programları önerileri
Batı Afrika Ülkeleri	Senegal - Mauritanya - Mali - Gine, Fildişi Kıyısı - Yukarı Volta - Gana - Togo - Benin - Nijerya - Kamerun - Merkez Afrika Cumhuriyeti - Gabon - Zaire	Bölgesel turistik bütünleşmesine yönelik perspektifler halindeki plan.
Akdeniz Havzası	Avrupa Birleşmiş Milletler Ekonomik Komisyonu ülkeleri	Akdeniz sahillerinin turistik kullanımı
Karşılıklı Ekonomik Yardımlaşma Konseyi Ülkeleri (CMEA)	SSCB - Polonya - Çekoslovakya - Macaristan - Bulgaristan - Romanya	Üye ülkelerde haftasonu turizminin geliştirilmesi için entegre program
Baltık Havzası	Finlandiya - İsviçre - Norveç - Danimarka -Federal Almanya Cumhuriyeti	Çevresel koruma ve turizm gelişimi programı
Mavi Plan	Bütün Akdeniz ülkeleri On yedi ülkeyi kapsamaktadır	Çevresel koruma ve turizm gelişimi programı Birleşmiş Milletler Çevre Programı kapsamında
Andes Yolu	Güney Amerika Ülkeleri	Ortak Pazarlama Programı
Iguaza Şelalesi	Arjantin - Brezilya - Paraguay	Iguaza Şelalesinin turistik potansiyelinin geliştirilmesi
Maya Yolu	Honduras - Guatemala - Meksika- Belize - El Salvador	Mayan arkeolojik alanları arasında bağlantı kuran 1.500 millik bir yol yapımı ve tanıtım programı

Kaynak: Aşağıdaki kaynaklardan faydalanılarak düzenlenmiştir:

World Tourism Organization, **Integrated Planning**, World Tourism Organization, Madrid, 1978, s. 17 - 18.

Douglas PEARCE, **Tourist Development**, Second Edition, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989, s. 249.

Edward INSKEEP, **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, s. 34 - 35.

- *Ulusal turizm planlaması*; ülke düzeyinde yapılan çalışmaları kapsar. Fiziki planlama kapsamında ilgili ülkenin büyüklük ve özelliklerine göre de değişebilen coğrafi boyuta bağlı olarak 1:100.000'den 1:1.000.000'e kadar değişik ölçeklerle de ifade edilebilir ⁸⁰. Ulusal düzeydeki turizm planlaması aşağıdaki unsurlar üzerinde yoğunlaşmaktadır ⁸¹:

- * Turizm politikası,
- * Temel turistik çekiciliklerin tanımlanması, turizm gelişim bölgelerinin düzenlenmesi, uluslararası ulaşım noktaları, tesisler ve hizmetler arasında ülke içi ulaşım ağını kapsayan fiziksel yapı planı,
- * Diğer temel alt-yapılar,
- * Konaklama ve diğer turistik tesislerin ve hizmetlerin miktarı, türü ve kalitesi,
- * Ülke içindeki turistik yollar ve bölgeler arasındaki bağlantıları,
- * Turizmin örgütsel yapısı, yasaları ve teşvik politikaları,
- * Turizm pazarlama stratejileri ve tanıtım programları,
- * Öğrenim ve eğitim programları,
- * Tesis geliştirme ve düzenleme standartları,
- * Sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik düşünceler ve etki analizleri,
- * Gelişimin evrelere bölünmesi, kısa dönemli gelişim stratejisi ve proje programlamasını da içeren ulusal düzeyde uygulama teknikleri.

Her düzeyde farklı türde planlar formüle edilebilir. Ulusal düzeyde formüle edilen planlara aşağıdaki planlar örnek olarak verilebilir ⁸²:

- ⇒ Genel ulusal plan; turizmi de kapsayan ulusal kalkınma planıdır.
- ⇒ Ulusal alt-yapı planı; turizmi de kapsayan ve ulusal düzeyde alt-yapı gelişimi için rehberlik sağlayan bir plandır.
- ⇒ Ulusal turizm gelişim planı; ulusal düzeyde turizm gelişimi için özel bir plandır.
- ⇒ Turizm alt-yapı planı; ulusal düzeyde turizm alt-yapısının gelişimine rehberlik sağlayan bir plandır.
- ⇒ Ulusal tanıtım ve pazarlama planı; ulusal düzeyde turistik ürünlerin pazarlanması ve tanıtımı programı ya da planıdır.

Türkiye'de, I., II., III., IV., V., VI ve VII. Beş Yıllık Kalkınma Planları'nda olduğu gibi içinde turizm bölümü de olan ulusal plan, eski merkezi planlama ülkelerinde

⁸⁰ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 16 - 17.

⁸¹ E. INSKEEP, a.g.e, Dipnot No:33, s. 35.

⁸² D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No:73, s. 245.

olduğu gibi ülke topraklarının kullanılış planı ya da turizm gelişimi planları şekillerindeki ulusal turizm planlamaları mevcuttur.

- *Bölgesel turizm planlaması*; Aynı ülke içindeki bir bölge ya da bir kaç bölgenin turizm planlamasıdır. Ülkemizde I. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Marmara, Ege ve Akdeniz kıyılarının geliştirilmesine karar verilmiş olması gibi bölgelerin seçimi ya ulusal planlarda yapılır ya da bölgesel girişimle başlayarak daha sonra ulusal planların da parçası haline gelebilir.

Bölgesel planlamada fiziki coğrafya boyutu önemli bir rol oynar. Fiziksel planlama kapsamında 1 :10.000'den 1:100.000'e kadar değişik ölçeklerle de ifade edilebilen turizm planlamasıdır. Planlanması düşünülen alana bağlı olarak bir kaç yüz kilometre kareden birkaç bin kilometre kareye kadar geniş bir alanı kapsayabilir. Genel olarak bölgesel ölçeğin temel özellikleri ekolojik ve arazi yapısı ile ilgilidir ve farklı idari, siyasi veya ekonomik birimleri de kapsayabilir ⁸³. Diğer bir anlatımla turizm bölgesi; bölgenin belirlenmesinde kullanılan seçim kriterlerine göre şekillenir. Ancak, hangi kriter ele alınırsa alınsın bir mekan ünitesi söz konusudur.

Ülkenin ve bölgenin büyüklüğüne bağlı olmakla birlikte bölgesel düzeyde turizm planlaması ulusal düzeydeki turizm planlamasına göre daha özeldir. Ancak, büyük bir ülkenin bir bölgesinin bölgesel planı küçük bir ülkenin ulusal turizm planlaması kadar ayrıntılı olabilir. Küçük bir ülke hem ulusal hem de bölgesel planlamanın ikisini de yapma ihtiyacında olmayabilir. Bölgesel turizm planlaması genellikle idari bölgelere göre yapılmasına rağmen mümkün olduğunca idari sınırlar dikkate alınmadan mantıksal turizm gelişimi bölgelerine dayandırılmalıdır. Bununla birlikte uygulamada işbirliğinin gerçekleştirilebilmesi için örgütsel yapıya ihtiyaç olabilir. Bölgesel düzeyde turizm planlaması, eğer varsa ulusal turizm politikası ve planı çerçevesinde formüle edilir ve genellikle bir ülkenin bir bölgesi için yapılır. Bölgesel düzeydeki turizm planlaması aşağıdaki unsurlar üzerinde yoğunlaşmaktadır ⁸⁴:

- * Bölgesel politika,
- * Bölgeye ulaşım ve bölge içinde tesisler ve hizmetler arasında ulaşım ağı,
- * Turistik çekiciliklerin türü ve yeri,
- * Sayfiye alanları da dahil olmak üzere turizm gelişim alanlarının yeri,
- * Turistik konaklama ve diğer turistik tesisler ve hizmetlerin miktarı, türü ve yeri,

⁸³ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 15.

⁸⁴ E.INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 35 - 36.

- * Bölgesel düzeyde çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik düşünceler ve etki analizleri,
- * Bölgesel düzeyde öğrenim ve eğitim programları,
- * Pazarlama stratejileri ve tanıtım programları,
- * Örgütsel yapı, yasalar, düzenlemeler ve yatırım teşvikleri,
- * Gelişimin evrelere bölünmesi, proje programlama, bölgenin bölümlere ayrılması gibi uygulama teknikleri.
- *Yerel Turizm Planlaması*; Bir köy veya belde ya da birkaç köy veya belde gibi herhangi bir mekan birimi ya da birimlerine ait turizm planlaması faaliyetidir. Boş kırsal alanlarda seçilen bir mekan birimi, bir şehirsal alan ya da tarihsel merkezler içinde yer alan bir mekan için yapılan turizm planlaması da yerel turizm planlaması olarak düşünülebilir.

Yerel turizm planlaması mikro ölçekte bir planlamadır. Fiziksel planlama anlamında genellikle 1:1000 veya 1: 5000 ölçek planlardır. Genellikle belirli bir yerleşim birimi, bir grup turistik tesis, rekreasyon tesisleri ya da bir alanın planlanması anlamındadır. Yoğunlaşma düzeyine ve öngörülen yatırımın türüne göre ölçek büyüyebilir. Örneğin; küçük bir alan içinde tek bir otel bloku da yapılabilir, on binlerce konaklama birimi kapasitesine sahip kompleks turistik tesisler de yapılabilir ⁸⁵.

Bazı ülkelerde ya da bölgelerde bölgesel planlamadan daha özel olan fakat gelişim alanı ya da sayfiye arazi kullanım planlaması kadar ayrıntılı olmayan alt-bölgesel planlamaya ihtiyaç vardır. Alt-bölgesel planın unsurları alt-bölgenin durumuna bağlıdır. Bu düzeydeki planlama, turistik çekiciliklerin özelliklerini, konaklama ve diğer tesisler ve hizmetlerin yerini, alt-bölgeye ulaşımı, alt-bölge içindeki ulaşım ağını ve diğer alt-yapıyı ve ilgili kurumsal faktörleri kapsar ⁸⁶. Gelişim alanı arazi kullanım planlaması, tesis alanı planlaması, tesis tasarımı ve benzeri bazı sınıflandırmalar da yapılmaktadır ⁸⁷.

Ancak, bu planlama türlerini mekansal planlama türleri içinde ayrıntılar ya da uygulanan teknikler olarak değerlendirmek ve kendi başına apayrı bir mekansal planlama türü gibi ele almamak daha doğru olabilir.

Örneğin; planlama düzeylerine ilave olarak, turizm konusunda alanın ihtiyaçlarına bağlı olarak değişik çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar; ekonomik etki analizi, sosyo-kültürel ve çevresel etki değerlendirmesi, pazarlama

⁸⁵ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 14.

⁸⁶ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 36 - 37.

⁸⁷ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 37 - 38.

analizi ve tanıtım programları ve gelişim programları gibi değişik başlıkları içermekte ve kapsamlı planlardan bağımsız olarak yürütülmektedir. Ayrıca; sağlık, dağ ya da gençlik turizmi gibi özel turizm gelişim türleri konusunda özel planlama çalışmaları kapsamlı planların bir parçası olarak ya da ayrıca yapılmaktadır. Belirli alanlar için turistik ürün geliştirme çalışmaları özel çalışmaların bilinen bir türüdür ⁸⁸.

1.4.4. TURİZM PLANLAMASI MODELLERİ

Bir sistemin değişen koşullar altındaki davranışlarını incelemek, kontrol etmek ve geleceği hakkında varsayımlarda bulunmak amacı ile elemanları arasındaki bağıntıları kelimeler veya matematik terimlerle belirleyen ifadeler topluluğuna model denir. Modeller, genelde incelenen bir sistemin veya problemin temel yapısının veya özünün soyutlanmış şeklidir. Diğer bir deyişle, modeller anlaşılması güç ve karmaşık nitelikte olan sistemlerin veya sorunların basitleştirilmiş soyut bir temsilcisidir ⁸⁹. Tartışılan modelin niteliği ve amacının belirlenmesi gerekir. Ancak, özel amaçlarına bakmaksızın her modelin kuruluş amacı; belirli bir sistemi yönetmekle görevli kişi veya kişilerin olası karar seçeneklerini ve bunların sonuçlarını belirleme ve karşılaştırmalar yapmalarına yardımcı olmaktır. Diğer bir deyişle modeller; karar verme sürecinin yardımcı araçlarıdır.

Modellerin temel işlevlerinin neler olduğu tanımından anlaşılacakla birlikte, modellerin önemli kullanımları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Bir model kurma girişimi; ele alınan sorunla ilgili önemli karşılıklı ilişkilerin hepsinin gözönüne alınması ve değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır ⁹⁰. Bu ise; bir olayın nasıl oluştuğunu anlamaya yardımcı olur ve karmaşık bir olayın kavranmasını sağlar.
- Model üzerinde çalışılması; esas sistemin yapısı, elemanları arasındaki ilişkiler ve sistemde meydana gelebilecek değişimlerin sistemin etkinliğine olan etkilerinin tahminlenmesine olanak verir ⁹¹.
- Tanımlama, verilerin toplanması ve bilginin düzenlenmesi için bir çerçeve oluşturur.
- Bazı olayların daha bilinen olaylarla kıyaslanmasına olanak verir.

⁸⁸ E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 38.

⁸⁹ Muammer DOĞAN, **İşletmelerde Karar Verme Teknikleri**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1985, s. 5.

⁹⁰ O. İÇÖZ, a.g.e., Dipnot No: 1, s. 142.

⁹¹ İ.İlhami KARAYALÇIN, **Yöneylem "Harekat" Araştırması Operation Research Kantitatif Planlama ve Karar Verme Yöntemleri**, Geliştirilmiş Üçüncü Baskı, Menteş Kitabevi, 1993, İstanbul, s. 38.

- Sistemlerin geliştirilmesine, etkinliklerinin artırılmasına, hedeflere daha iyi ulaşılmasına, problemlerin ve engellerin azaltılmasına yardımcı olur⁹².
- Teoriler; olayları açıklamaya çalışan düşünceler sistemi ya da sistemleri yönetmeye yardımcı olan yasalardır. Modeller ise öncelikle tanımlayıcı, açıklayıcı ve son olarak öngörümsele doğası ile teorilerin oluşturulmasında kilometre taşlarını oluşturur⁹³.

Turizm yazınında turizm planlaması modeli kavramı; çoğunlukla planlama sürecinin şekilsel çizimleri anlamında kullanılmaktadır⁹⁴. Buradan hareketle, turizm planlaması modeli kavramı; bu çalışmada da çok karmaşık bir süreç veya durumun basitleştirilmiş bir sunumu anlamında kullanılmaktadır.

Planlama süreci modelleri; problem çözme modellerine dayanan ve amaçlar, alternatiflerin oluşturulması, alternatiflerin değerlendirilmesi, seçim ve uygulama sıralamasını izleyen geleneksel modeller ve sistem teorisine dayalı bütünsel modeller olarak sınıflandırılabilir. Problem çözücü modeller; verilen alternatifler arasından akılcı ve optimal olanı seçmekle ilgili modellerdir. Kavramsal bir sistem olarak planlama ise; problem çözme metodları içinde teori ve araştırmayı bütünleştirmeye çalışan modellerdir⁹⁵. Turizm planlaması değişik şekillerde ve düzeylerde yıllardır ele alınmasına rağmen sadece bir kaç sistem modeli geliştirilmiştir⁹⁶.

Proje gelişimi modelleri; otel ve resort kompleksleri gibi özel projeler ile ilgilidir. Amaçların seçimi, alternatiflerin değerlendirilmesi ve en optimal olanın seçimi yolu ile rasyonel karar verme savunulur. Süreç modelleri; alan geliştirme ve proje geliştirme modelleri olarak alt gruplara ayrılabilir.

Alan geliştirme modeline PASOLP örnek olarak verilebilir.⁹⁷ Bu planlama süreci incelendiğinde, bu sürecin temel olarak aşağıdaki dört temel aşamadan oluştuğu görülmektedir:

Birinci aşamada ülkenin yapısı; turizm kuruluşları ve finansmanı incelenmektedir. Paralel olarak, turizm kaynakları ve turistik yerler ile bunlara yönelik mevcut ve potansiyel pazarlar incelenmektedir. Bu incelemelerin mevcut durumun arz ve talep açısından belirlenmesi çabaları olduğu söylenebilir.

⁹² C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 187.

⁹³ Donald GETZ, "Models in tourism planning : Towards integration of theory and practice" **Tourism Management**, Vol. 7, No: 1, 1986, s. 22.

⁹⁴ D. GETZ, a.g.m., Dipnot No:93, s. 22.

⁹⁵ D. GETZ, a.g.m., Dipnot No:93, s.23 - 27.

⁹⁶ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 187.

⁹⁷ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 189.

İkinci aşamada mevcut alt-yapı ve hizmetler de dikkate alınarak, piyasa durumuna göre ürünler analiz edilmekte, diğer ülkelerdeki rakip hizmetlerde dikkate alınarak alternatif ürünler belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu yolla ise ülkenin öncelik ve amaçları da dikkate alınarak (şekilde bunların da ülkenin yapısı, turizm kuruluşları ve finansman olanakları ve mevcut alt-yapı ve hizmetlere bağlı olduğu görülmektedir) öncelikli turizm hareketleri belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu aşamanın turizmde amaçların belirlenmesi çabaları olduğu söylenebilir.

Sürecin üçüncü aşaması, belirlenen amaçlara göre ilave tesislerin, fiziksel master planların ve uygulama stratejilerinin belirlenmesi ve bunların etkilerinin ne olacağıdır. Bu aşamanın amaçlara ulaştıracak yollar ve faaliyetlerin belirlenmesi olduğu, diğer bir ifade ile politika, strateji ve programların belirlenmesi çabaları olduğu söylenebilir.

Sürecin dördüncü aşaması, bu sürecin gözden geçirilmesi ve denetimidir. Diğer bir anlatımla geri-bildirim mekanizmasının oluşturulmasıdır.

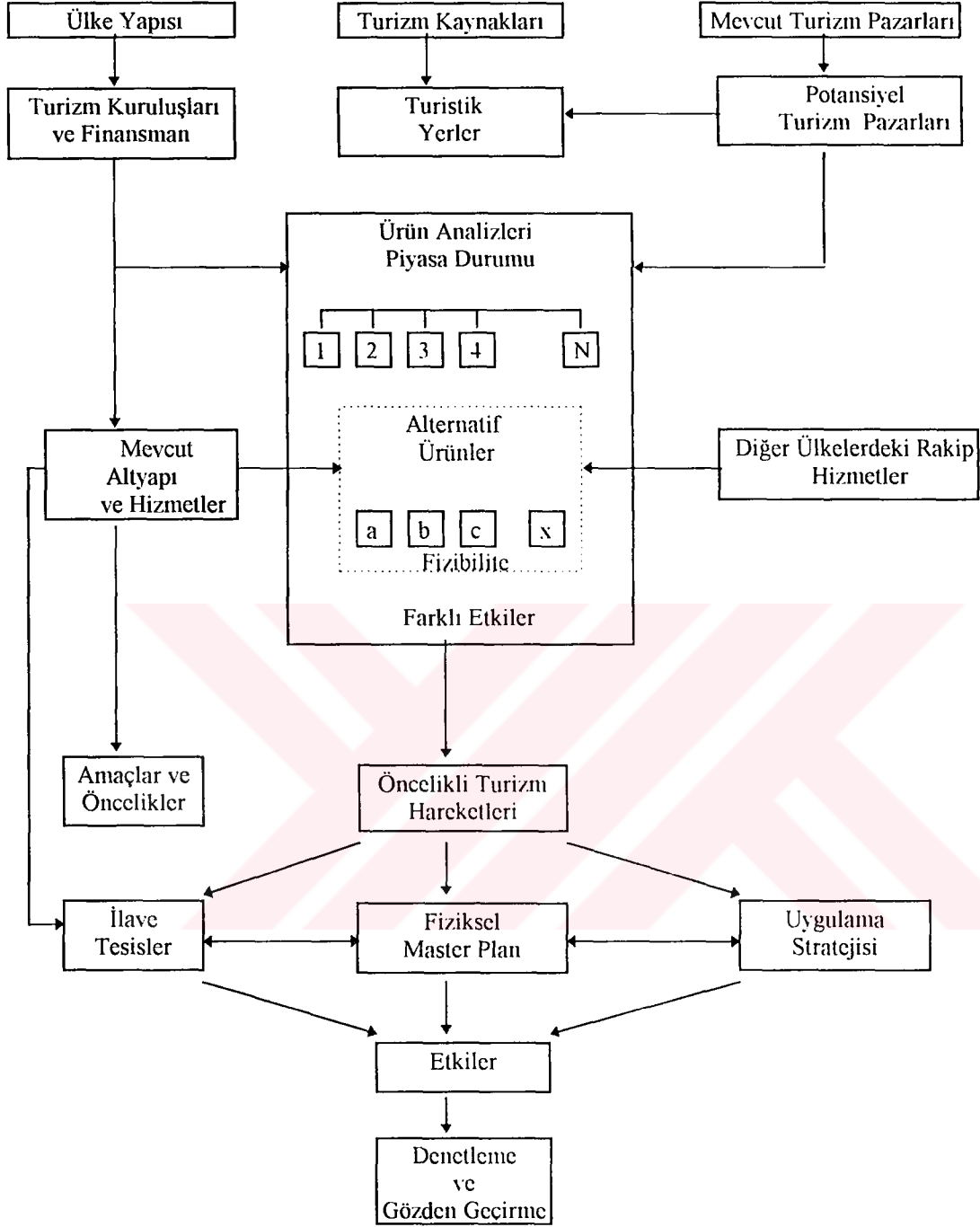
Özetle, durumun belirlenmesi (mevcut ve potansiyel), amaçların belirlenmesi, politika, strateji ve programların belirlenmesi (planların hazırlanması) ve planların gözden geçirilmesi gibi bir süreç izlendiği söylenebilir.

Diğer bir turizm planlaması süreci modeli ise G. Chadwick tarafından geliştirilen entegre turizm planlama modelidir⁹⁸. Bu modelde araştırma ve planlama sürecinin elemanları birleştirilmiştir. Planlamacı öncelikle sistemin boyutları ve unsurları arasındaki ilişkileri tanımlayarak ve modelleyerek sistemi anlamaktadır. Planlamacı, planlama denetimi ve planlama denetimi olmaksızın gelecek senaryoları oluşturmakta ve değerlendirilmekte ve bu sırasal süreç yolu ile problemleri ve amaçları belirlemekte ve amaçlara ulaştıracak stratejiler üretmektedir. Denetim süreci; modelin araştırma sürecine paralel olarak belirlenen amaçlara göre politika ve faaliyetlerin şekillendirildiği süreçtir. Planlama sürecinde değerlendirme; bu yolla hem planlama sürecinin kontrolünü daha etkin hale getirmekte hem de turizm sisteminin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak iki amacı birden gerçekleştirmektedir.

Modelde görüldüğü gibi, sol tarafta planlama süreci, sağ tarafta ise planlama süreci ile sürekli ilişkili olarak sürdürülecek araştırmalar yer almaktadır. Burada temel olarak, turizm planlamasının bir süreç olduğu ve bu sürecin turizm araştırmalarına dayandığı söylenebilir.

⁹⁸ D.GETZ, a.g.m., Dipnot No: 93, s. 28.

Şekil10. Pasolp Modeli ⁹⁹



Kaynak: Clare A. GUNN, **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor & Francis, New York, 1988, s. 189.

Pasolp modelinde olduğu gibi bu modelin de öncelikle durumu tespit etmeye (turizm sisteminin anlaşılması) yönelik olduğu görülmektedir. İkinci aşamada

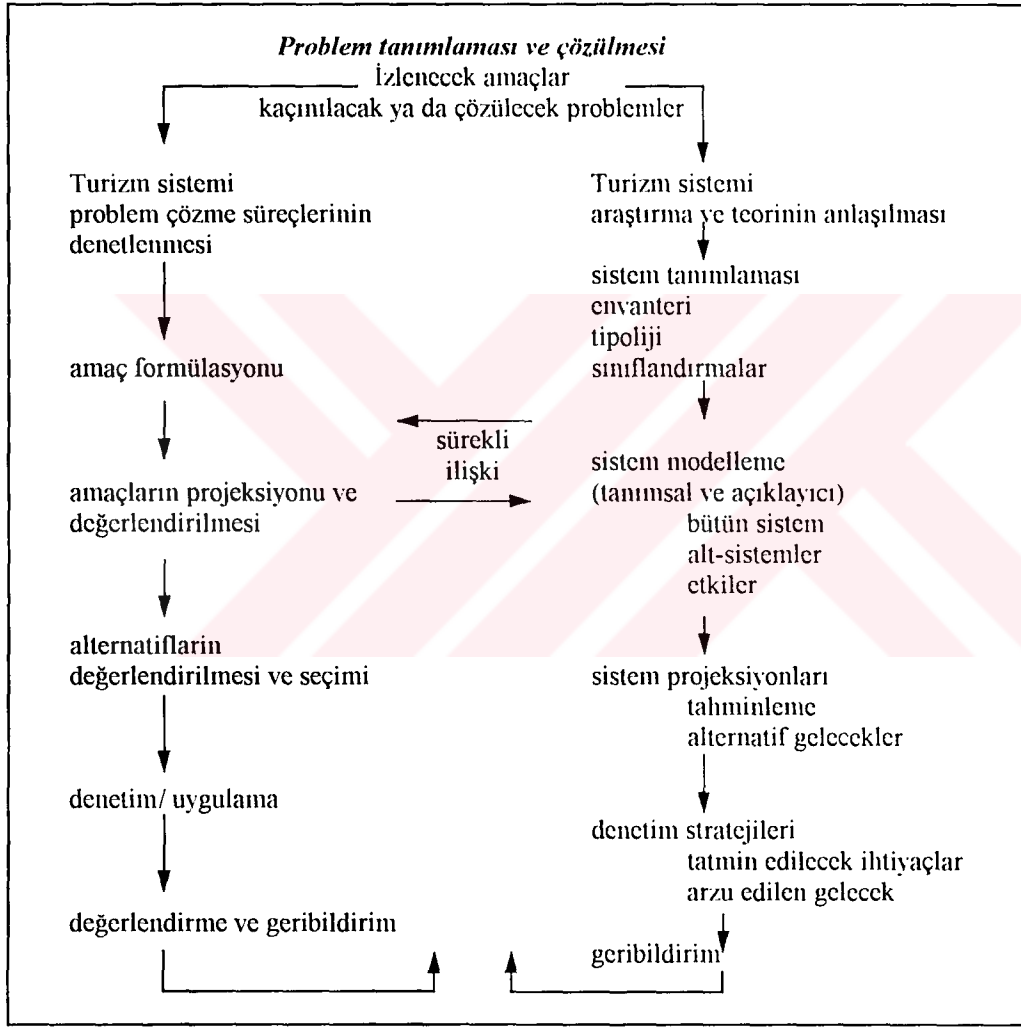
⁹⁹

Product Analysis Sequence for Outdoor Leisure Planning: Açık hava Eğlence Planlaması İçin Ürün Analiz Sıralaması.

sistemin durumuna dayanarak amaçlar formüle edilmektedir. Bu amaçların gerçekleşmesi durumunda sistemde nelerin değişeceği tahmin edilerek, sırası ile muhtemel etkiler ve amaçlara ulaştıracak alternatifler değerlendirilmekte ve alternatiflerden seçimler yapılmaktadır. Diğer bir ifade ile politikalar, stratejiler ve programlar belirlenmektedir.

Son aşama ise, uygulama, denetim ve geribildirimdir. G. Chadwick tarafından geliştirilen planlama modeli, Şekil 11, sistemsel turizm planlama modeline örnek olarak verilebilir¹⁰⁰.

Şekil 11. Turizm Teorisi ve Planlamasının Bütünsel Sistem Modeli



Kaynak : Donald GETZ, "Models in tourism planning : Towards integration of theory and practice" **Tourism Management**, Vol. 7, No: 1, 1986, s. 29.

¹⁰⁰ D. GETZ, a.g.m., Dipnot No: 93, s. 25.

R.C. MILL ve A. M. MORRISON'un önerdiği turizm planlaması modeli beş aşamadan oluşmaktadır ¹⁰¹.

1. Mevcut Bilgilerin Analizi
2. Araştırma ve Analizlerin Ayrıntılandırılması
3. Sentezleme
4. Amaçların Düzenlenmesi, Strateji Seçimi ve Hedeflerin Düzenlenmesi
5. Plan Geliştirme Aşaması

Bu modelin ilk üç aşaması durum belirlenmesini kapsamaktadır. Dördüncü aşama amaçların belirlenmesi ve amaçlara ulaştıracak stratejilerin seçimidir. Beşinci aşama ise seçilen stratejilerin nasıl uygulanacağını gösteren planların geliştirilmesi aşamasıdır.

Edward INSKEEP'in önerdiği ulusal ve bölgesel düzeyde turizm planlaması süreci modeli, Şekil 12, aşağıdaki aşamaları izlemektedir ¹⁰².

1. Çalışmaya hazırlık
2. Hedeflerin Belirlenmesi
3. Araştırma
4. Analizler ve Sentezler
5. Politika ve Plan Formülasyonu

Bu modelde de mevcut ve gelecekteki durumun belirlenmeye çalışılması, amaçların oluşturulması ve amaçlara ulaştıracak politika ve planların formülasyonu ve denetim-geribildirim aşamaları sözkonusudur.

M.A. ACERENZA ise, turizm planlamasının temel aşamaları olarak aşağıdaki süreci önermektedir. ¹⁰³

1. Geçmiş Turizm Gelişiminin Analizi
2. Turizmin Durumunun Değerlendirilmesi
3. Turizm Politikasının Formülasyonu
4. Gelişim Stratejisinin Tanımlanması
5. Faaliyet Programının Ayrıntılı Bir Şekilde Düzenlenmesi

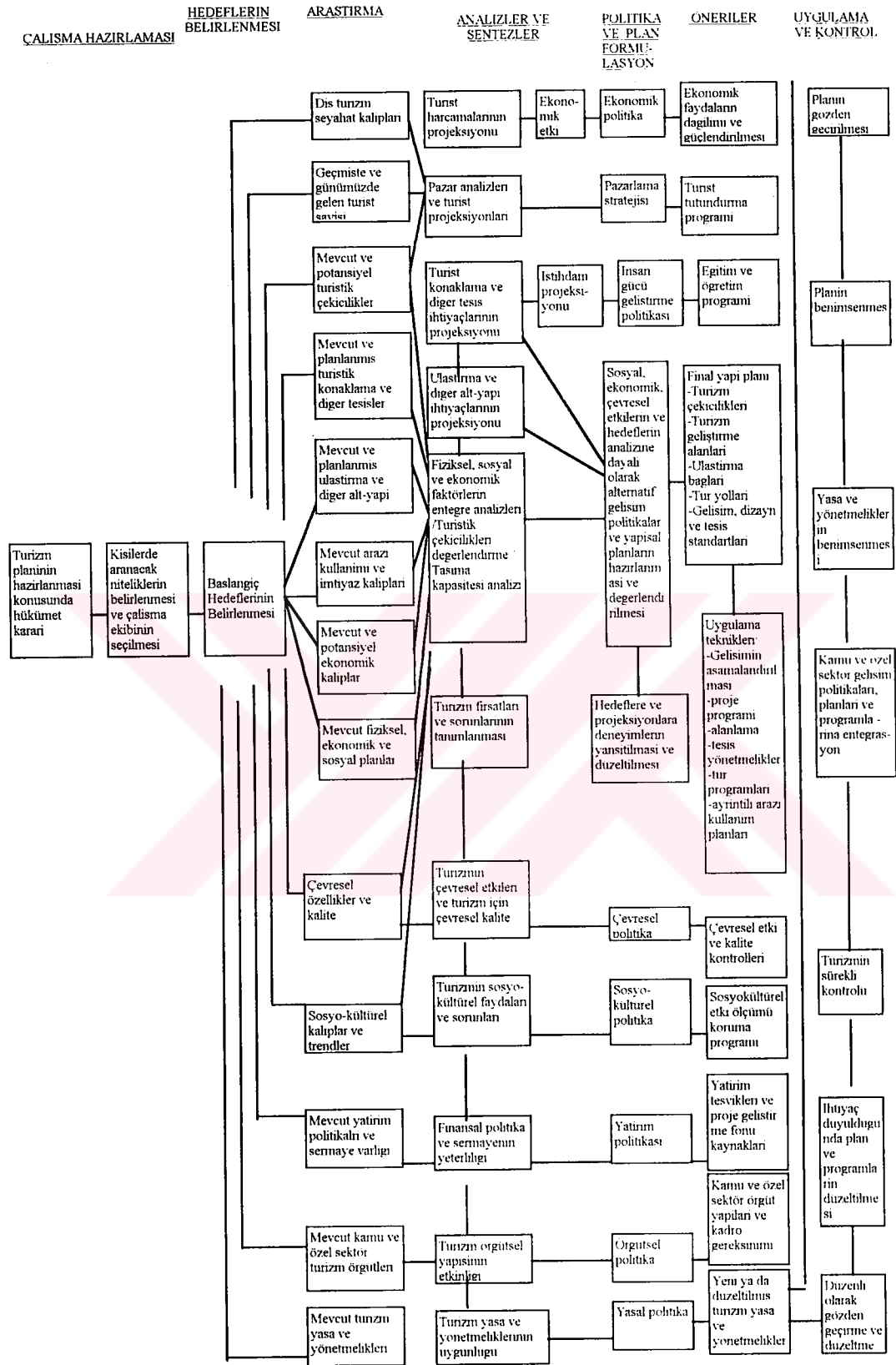
Bu modelde de ilk iki aşama durumun değerlendirilmesi, üçüncü aşama gelecekte nerede olunmak istendiğini gösteren politika formülasyonu ve dördüncü aşama ise amaçlara ulaştıracak strateji ve faaliyet programlarının belirlenmesini izlemektedir.

¹⁰¹ R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 368 - 369.

¹⁰² E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No:33, s. 50.

¹⁰³ D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s. 247.

Şekil 12. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Turizm Gelişimi Planı Hazırlama Süreci



Kaynak: Edward INSKEEP, **Tourism Planning**, Second Edition, Van Nostrand Reinhold, New York, s. 50.

R. W. McINTOSH ve C. R. GOELDNER aşağıdaki turizm planlaması süreci modelini önermektedir ¹⁰⁴ :

1. Sistemin tanımlanması.
2. Hedeflerin formülasyonu.
3. Veri toplama.
4. Çözümleme ve yorumlama.
5. Ön hazırlık planlaması.
6. Planın onaylanması.
7. Son plan.
8. Uygulama.

Bu modelde de, sistemin tanımlanması mevcut durumun nasıl işlediğinin tanımlanması, amaçların oluşturulması, amaçlara ulaştıracak yolların (politika, strateji ve programlar) belirlenmesi için veri toplama, çözümleme ve yorumlama ve planların hazırlanması gibi bir süreç takip edilmektedir.

L. E. HUDMAN ve D. E. HAWKINS ¹⁰⁵ ise aşağıdaki süreci önermektedir:

1. Envater çıkarılması: Sosyal, politik, fiziksel ve ekonomik çevreyi tanımlamak.
2. Gelecekteki gelişme için trendlerin projeksiyonu ve tahmini.
3. Amaçların ve hedeflerin belirlenmesi.
4. Amaç ve hedeflere ulaşmak için alternatif faaliyet planları düşünmek ve belirlemek.
5. Tercih edilen alternatif(ler)in seçilmesi.
6. Planın uygulanması için bir strateji geliştirilmesi.
7. Planın uygulanması.
8. Planın değerlendirilmesi.
9. Planın gözden geçirilmesi ve düzeltilmesi.

Bu modelde de ilk iki aşama durum değerlendirmesi, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı aşama amaçların belirlenmesi ve amaçlara ulaştıracak alternatiflerin değerlendirilerek uygun alternatifin seçimi ve strateji geliştirilmesi, sürecin kalan aşamaları ise uygulama, kontrol ve geribildirimdir.

Diğer bir turizm planlaması süreci ise, C. GUNN'ın geliştirdiğı turizm planlaması sürecidir. ¹⁰⁶ Bu süreç de, Şekil 13, durum tespiti ve istenilen gelişim yönünde (amaçlar) değişik alanlarda politika ve programların önerilmesini

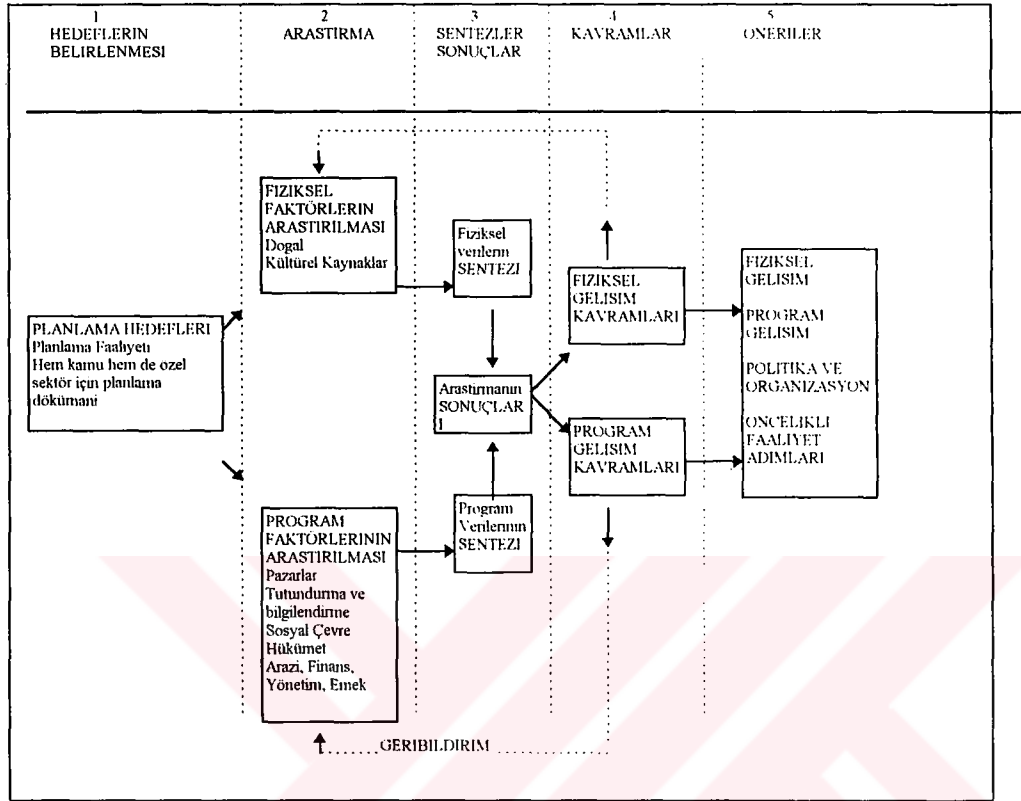
¹⁰⁴ R. McINTOSH and C. R. GOELDNER, a.g.e., Dipnot No: 8, s. 306.

¹⁰⁵ Lloyd E. HUDMAN and Donald E. HAWKINS, **Tourism in Contemporary Society, An Introductory Text**, A National Publisher Book, Prentice Hall, New Jersey, 1989, s. 184 - 191.

¹⁰⁶ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 226.

izlemektedir. Bu aşamalar arasında ise geribildirim bulunmakta ve böylece süreç araştırmalara dayandırılmaktadır.

Şekil 13. Stratejik Planlama Süreci



Kaynak: Clare A. GUNN, **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor & Francis, New York, 1988, s. 226.

E. HEATH ve G. WALL turizm bölgelerinin pazarlanmasında stratejik bir planlama yaklaşımı olarak aşağıdaki modeli önermektedir ¹⁰⁷.

1. Durum analizi: Çevre ve kaynak analizi.
2. Ulusal amaç ve strateji formülasyonu.
3. Bölgesel strateji formülasyonu.
4. Hedef pazarlama stratejisi.
5. Bölgesel konumlama stratejisi.
6. Bölgesel pazarlama karması stratejisi: ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma stratejisi.
7. Bölgesel örgüt tasarımı.
8. Yönetim destek sistemleri: Bölgesel bilgi, planlama ve değerlendirme sistemi.

¹⁰⁷ Ernie HEATH and Geoffrey WALL, **Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach**, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1992, s.1.

Bu modelde, bölgesel düzeyde, pazarlama yaklaşımı bir stratejik planlama süreci benimsendiği görülmektedir.

H. OLALI'nın önerdiği turizm planlaması süreci aşağıdaki gibidir:¹⁰⁸

1. Konumun anlaşılması.
2. Durum değerlendirmesi.
3. Turizm çalışmaları.
4. Pazar ve kaynak analizi.
5. Kavramsal planlama.
6. Planın onaylanması.
7. Master Planlama.
8. Son yükümlülükler.
9. Aşamalı uygulama programı.
10. Değerlendirme ve yönetim.

Bu modelde ise ilk dört aşama durumun değerlendirilmesi, beşinci aşama kavramsal olarak amaçların ve amaçlara ulaştıracak alternatif yolların belirlenmesi, altıncı aşama planın onaylanması, yani amaçlar ve alternatiflerden seçim yapılması, kalan aşamalar ise uygulama ve denetimdir.

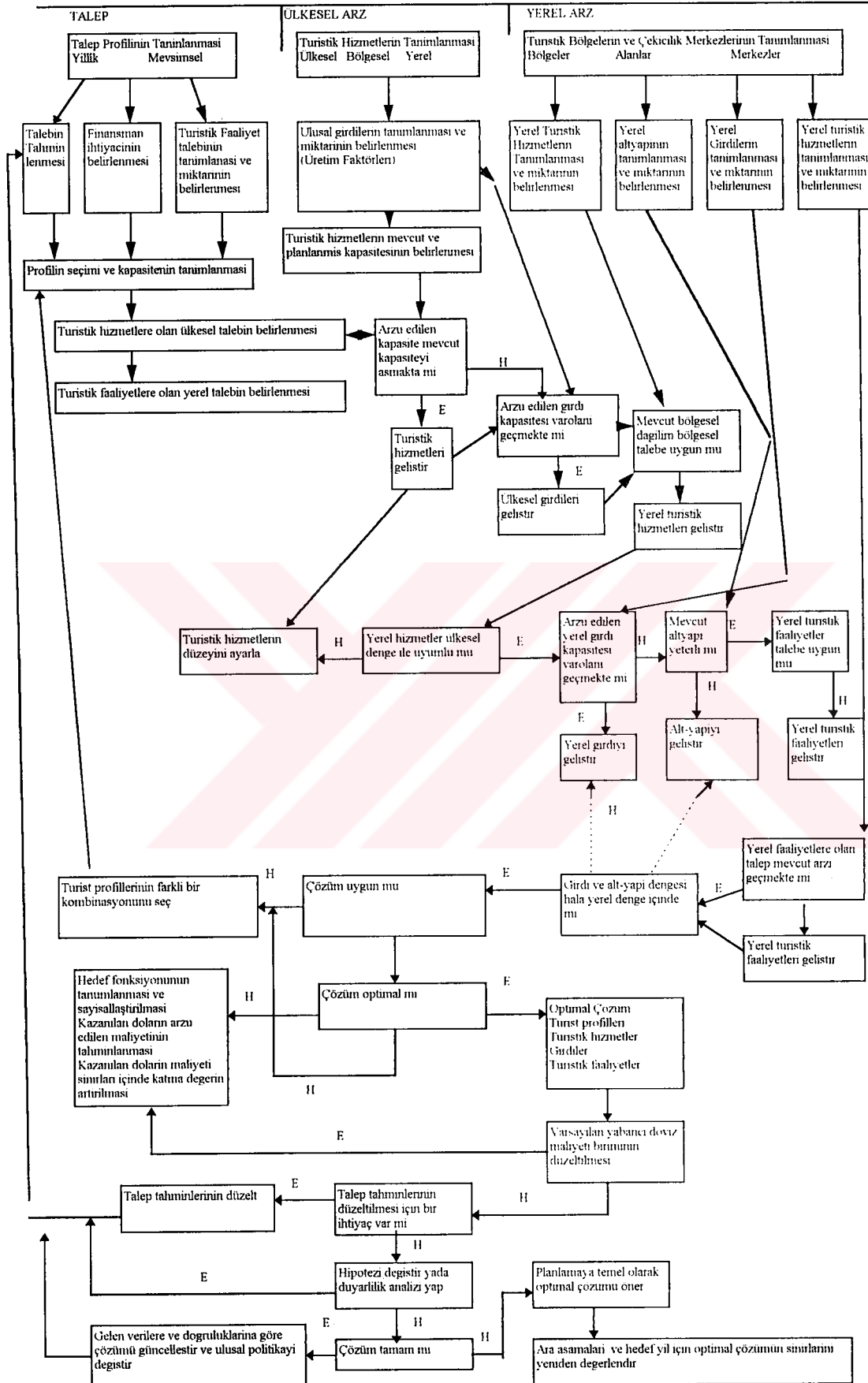
J. Van HARSEL, turizm planlaması sürecini aşağıdaki on aşama ile açıklamaktadır¹⁰⁹:

1. Planlamacı konu hakkında bilgilenir.
2. Planlamacı problemi veya ihtiyaç alanını belirler.
3. Planlamacı mevcut kaynakları (arz) analiz eder ve pazarı (talep) değerlendirir.
4. Planlamacı program hedeflerini belirler.
5. Planlamacı amaç ve hedeflere ulaştıracak alternatif faaliyet planları üretir.
6. Planlamacı uygulama için optimum alternatifi seçer.
7. Planlamacı bir program tasarımı seçer.
8. Planlamacı bir uygulama stratejisi geliştirir.
9. Planlamacı planı uygular.
10. Planlamacı planı değerlendirir.

¹⁰⁸ H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 92.

¹⁰⁹ Jan Van HARSEL, **Tourism: An Exploration**, Third Edition, Prentice Hall International, New Jersey, 1994, s. 209.

Şekil 14. Optimizasyon Süreci - Mantıksal Akış Şeması



J. BARGUR ve A. ARBEL, turizm endüstrisinin planlamasına kapsamlı bir yaklaşım olarak Şekil 14' de sunulan arz-talep ilişkisine dayalı ulusal turizm endüstrisinin analitik uzun dönemli planlama modelini önermektedir ¹¹⁰. Model turizm endüstrisini etkileyen ekonomi hedeflerini, mevcut üretim faktörlerinin kısıtlarını, diğer sosyal ve kurumsal kısıtları ve potansiyel talebin özelliklerini dikkate almaktadır.

M.M.COLTMAN'ın önerdiği turizm planlaması süreci ise aşağıdaki aşamaları kapsamaktadır ¹¹¹:

1. Turizm planı hazırlamadan önce aşağıdaki beş alanda analiz için bilgi ihtiyacının giderilmesi:

- * Kaynak envanterinin hazırlanması.
- * Ekonomik etki analizlerinin yürütülmesi.
- * Çevresel etki analizlerinin yürütülmesi.
- * Sosyal / kültürel etki analizlerinin yürütülmesi
- * Pazarlama analizinin hazırlanması.

2.Yukarıdaki analizlerin sonucu olarak planlama kararlarının verilmesinde karar vericilere yardım edecek politikalar, planlar ve tahminler hazırlanması. Planlama sürecinin bu aşaması da beş adımdan oluşmaktadır:

- * Strateji amaçlarının ve hedeflerinin belirlenmesi.
- * Yeni gelişme fırsatlarının tanımlanması.
- * Bir örgütsel plan geliştirilmesi.
- * Pazarlama planının oluşturulması.
- * Uygulama stratejisinin geliştirilmesi.

Son olarak, uygulama sonrası gözden geçirme önerilmektedir.

M.J. KEANE, P. BROPHY ve M.P. CUDDY, Aran adalarında yürüttükleri örnek olay çalışmasında yerel turizmin yönetimi ve gelişimi için normatif stratejik planlama süreci modeli önermektedirler. Bu süreç aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır ¹¹²:

- * **Planlama çalışması kapsamı:** Temel olarak stratejik planlama için uzlaşmış bir takvimin hazırlanmasını kapsamaktadır. Bu aşamada katılımcılar tanımlanmakta,

¹¹⁰ Jona BARGUR ve Avner ARBEL, A Comprehensive Approach to the Planning of the Tourism Industry, **Journal of Travel Research**, Vol. XIV, Num. 2, Fall, 1975, s.14.

¹¹¹ Michael M. COLTMAN, **Introduction to Travel and Tourism: An International Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, s. 270.

¹¹² Michael J. KEANE, Pauric Brophy and Michael P. CUDDY, "Strategic management of island tourism - the Aran Islands", **Tourism Management**, Vol. 13, No.4, December, 1992, s. 406 - 409.

katılımcıların süreci yürütebilmesi için bir yapı oluşturulmakta, görev ifadesi ve hedefler formüle edilmekte ve değişik planlama aşamalarının tamamlanabilmesi için bir zaman süresinde anlaşılmaktan oluşmaktadır.

- * **Güçlü ve zayıf yönler:** Bu aşamada fiziksel faktörler, insan kaynakları, ekonomik ve sosyal yapılar ve kültürel geleneklere dayalı olarak turizmin geliştirilmesinde güçlü ve zayıf yönler tanımlanmaktadır.
- * **Fırsatlar ve tehditler:** Bu aşamada turizm trendleri, dışsal etkiler, yerel faaliyetler ve hükümetin faaliyetlerine dayandırılarak fırsatlar ve tehditler belirlenmektedir.
- * **Alternatif stratejiler:** Bu aşamada önceden olduğu gibi devam etmek, turist sayılarını azaltmak, yeni ürünler ile büyümeyi desteklemek veya bu üçünün bir birleşimi gibi değişik alternatiflerden seçim yapılmaktadır.
- * **Uygulama:** Bu aşama stratejilerin uygulanabilmesi için gerekli kaynakların, yürütülmesi gerekli işlerin, zaman ölçeğinin belirlenmesinden oluşmaktadır.
- * **Değerlendirme:** Performans hedeflerinin oluşturulması, bu hedeflere ulaşıp ulaşılmadığının değerlendirilmesi, hedeflerden istenmeyen sapmaların tanımlanması için araştırma ve kontrol mekanizmasının sağlanması ve uygun olduğu yerde düzeltmelerin yapılmasından oluşmaktadır.

Ö. USTA, turizm planlamasını beş aşamada tarif etmektedir¹¹³ :

1. Esasların saptanması.
2. Araştırma.
3. Sentez ve sonuç.
4. Kavramları oluşturma.
5. Öneriler.

Sunulan örnek planlama modellerinden de görüldüğü gibi, planlama süreci değişik sayılarda aşamalandırılmasına rağmen, aşama sayısına bakılmaksızın bütün planlama süreçlerinin ilk aşaması kaynakların, pazarların ve rekabetin araştırılması, analiz edilmesi, sentez edilmesi ve belirli sonuçlar çıkarılmasından oluşmaktadır. Buradan çıkarılan sonuçlara dayanarak amaçlar ve amaçlara ulaştıracak politikalar, stratejiler ve programların belirlenmesi izleyen aşamayı oluşturmakta, ve genellikle son aşamayı planların uygulanması, kontrolü ve önceki aşamalara geribildirim sağlanması oluşturmaktadır. Sunulan örnek turizm planlaması sürecinin aralarında geribildirim bulunan temel iki aşamadan oluştuğu söylenebilir : Bilgilendirme ve karar verme.

¹¹³ Öcal USTA, **Turizm: Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988, s. 198.

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ

2. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ

2.1. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI

Genel olarak bölge düzeyinde yapılan ekonomik ve toplumsal çalışmalar bölge kalkınması olarak ele alınmaktadır. Bölgesel kalkınma belirli bir bölgenin ekonomik ve sosyo - kültürel yapısının geliştirilmesi şeklinde tanımlanabilir. Bölge planlaması ise bir bölgenin ekonomik, toplumsal ve fiziki yönden planlanmasıdır.

Bölgesel planlar, belli bir bölgenin kalkınma sorunlarına çözüm getirmeyi amaçlar ¹¹⁴. Turizmin bir bölgenin toplumsal kalkınması ve kültür düzeyinin gelişmesi ve çevresel değerlerinin korunması gibi alanlardaki önemli katkıları herkes tarafından kabul edilmektedir ¹¹⁵. Turizm bölgesel gelişme için önemli bir araç olarak görülmekte ve bölgesel gelişme stratejilerinde yer almaktadır ¹¹⁶. Bölgesel kalkınmada turizmin katkıları yerel yönetimler tarafından daha iyi anlaşılılmaya başlanmıştır ¹¹⁷. Turizm açısından ilgi çekici özelliklere sahip bir bölgede turizmde gelişmeler beklenebilir. Söz konusu bölgenin turizm hareketlerinden

¹¹⁴ E. ÖNEY, a.g.e., Dipnot No: 42, s. 43.

¹¹⁵ Orhan İÇÖZ, "Turizm Araştırmalarının Alanları ve Temel Sorunları", **Anatolia**, Mart, 1995, s. 37.

¹¹⁶ Douglas PEARCE, Tourism and the European Regional Development Fund: The First Fourteen Years, **Journal of Travel Research**, Winter, 1992, s. 44 - 51.

¹¹⁷ Allan M WILLIAMS and Gareth SHAW, **Tourism and Economic Development**, Second Edition, Belhaven Press, London, 1991, s. 7.

yararlanabilmesi planlama ile gerçekleşebilir ¹¹⁸. Çok sayıda araştırmancının turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini ortaya koyması geniş ölçekli planlama yaklaşımlarına olan ihtiyacı artırmış ve bölgesel turizm planlamasına yönelik artmıştır¹¹⁹. Bölgesel turizm planlaması, bölgesel düzeyde turizm gelişiminin planlanmasıdır.

Bazı durumlarda turizm bir bölgedeki bir çok faaliyetten biri olarak ele alınmakta ve fiziksel, çevresel, sosyal ve ekonomik planlamanın bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Böylece; bölgesel arazi kullanımı, ulaştırma, rekreasyon, ekonomik gelişme ya da kapsamlı planların en azından bir parçası olarak turizme de yer verilmektedir. Turizmin bu tür planlarda yer almasının derecesi; turizmin bölge açısından önemine ve planlama yetkililerinin turizm faaliyetlerine karşı duyarlılığına bağlı kalmaktadır.

Bazı durumlarda ise turizm; bölge tarafından önemli bir sektör olarak benimsenmektedir. Turizmin bölge halkı ve ekonomisi için önem taşıdığı durumlarda bu faaliyetlerin bölge düzeyinde planlaması gerekmektedir. Bölgesel turizm planlaması ile bu çalışmada anlatılmak istenilen ikinci yaklaşımdır. Yani; turizmin kendi başına bir sektör olarak bir bölge düzeyinde planlanması.

Bölgesel turizm planlaması; bir turistik bölgenin turizm gelişimindeki amaçlarının belirlenmesi, bu amaçlara ulaştıracak alternatif faaliyetlerin sistematik olarak ele alınması, seçilen alternatiflerin uygulanması ve başarıya ulaştırıp ulaştıramayacağını belirlemek için seçilen alternatifin değerlendirilmesini kapsayan, araştırmaya dayalı dinamik bir süreçtir.

Bölgesel turizm planlaması; aynı ülke içindeki bir bölge ya da bir kaç bölgenin turizm planlamasıdır. Bölgesel planlamada fiziki coğrafya boyutu önemli bir rol oynar. Fiziksel planlama kapsamında 1 :10.000'den 1:100.000'e kadar değişik ölçeklerle de ifade edilebilen turizm planlamasıdır. Planlanması düşünülen alana bağlı olarak bir kaç yüz kilometre kareden birkaç bin kilometre kareye kadar geniş bir alanı kapsayabilir. Genel olarak bölgesel ölçeğin temel özellikleri ekolojik ve arazi yapısı ile ilgilidir ve farklı idari, siyasi veya ekonomik birimleri de kapsayabilir ¹²⁰.

Ülkenin ve bölgenin büyüklüğüne bağlı olmakla birlikte bölgesel düzeyde turizm planlaması ulusal düzeydeki turizm planlamasına göre daha özeldir. Ancak, büyük bir ülkenin bir bölgesinin bölgesel planı küçük bir ülkenin ulusal turizm

¹¹⁸ H. OLALI, a.g.e., Dipnot No. 24, s. 90.

¹¹⁹ Clare A. GUNN, "Emergence of effective tourism planning and development", **Tourism: The State of the Art**, Editör: A. V. SEATON, John Wiley & Sons, Chichester, 1994, s. 12-13.

¹²⁰ W.T.O., a.g.e., Dipnot No: 61, s. 15.

planlaması kadar ayrıntılı olabilir. Küçük bir ülke hem ulusal hem de bölgesel planlamanın ikisini de yapma ihtiyacında olmayabilir. Bölgesel turizm planlaması genellikle idari bölgelere göre yapılmasına rağmen mümkün olduğunca idari sınırlar dikkate alınmadan mantıksal turizm gelişimi bölgelerine dayandırılmalıdır. Bununla birlikte uygulamada işbirliğinin gerçekleştirilebilmesi için örgütsel yapıya ihtiyaç olabilir. Bölgesel düzeyde turizm planlaması, eğer varsa ulusal turizm politikası ve planı çerçevesinde formüle edilir ve genellikle bir ülkenin bir bölgesi için yapılır. Bölgesel düzeydeki turizm planlaması aşağıdaki unsurlar üzerinde yoğunlaşmaktadır ¹²¹ :

- * Bölgesel politika,
- * Bölgeye ulaşım ve bölge içinde tesisler ve hizmetler arasında ulaşım ağı,
- * Turistik çekiciliklerin türü ve yeri,
- * Sayfiye alanları da dahil olmak üzere turizm gelişim alanlarının yeri,
- * Turistik konaklama ve diğer turistik tesisler ve hizmetlerin miktarı, türü ve yeri,
- * Bölgesel düzeyde çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik düşünceler ve etki analizleri,
- * Bölgesel düzeyde öğrenim ve eğitim programları,
- * Pazarlama stratejileri ve tanıtım programları,
- * Örgütsel yapı, yasalar, düzenlemeler ve yatırım teşvikleri,
- * Gelişimin evrelere bölünmesi, proje programlama, bölgenin bölümlere ayrılması gibi uygulama teknikleri.

Aşağıdaki örnekte olduğu gibi bölgesel stratejik turizm planlaması süreci aşamaları değişik şekillerde tanımlanmaktadır ¹²² .

1. Hedeflerin belirlenmesi.
2. Bölgesel turizm gelişimi faktörlerinin araştırılması.
3. Bulguların sentezinin yapılması ve bölgesel potansiyel konusunda sonuçların belirlenmesi.
4. Turizmi geliştirme yollarının kavramsallaştırılması.
5. Bölgesel gelişme konusunda öneriler yapılması.

¹²¹ E.INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 35 - 36.

¹²² C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 225.

2.1.1. BÖLGE VE BÖLGE TÜRLERİ

Bölge kavramı ne dünyada ne de Türkiye'de bugüne kadar açıklığa kavuşturulmuş bir kavram değildir. Bölge sözcüğü çeşitli kavramlar karşılığında kullanılır. Kimi zaman bir mahalleye, bir kente, bir ile, birkaç ilden oluşan yörelere, birkaç ülkenin oluşturduğu kara parçalarına ve hatta kıtalara "bölge" adı verildiği olmaktadır. Bölgenin zamana, soruna ve ölçeğe göre soyut olduğu söylenebilir. Bölgenin büyüklüğü, ideal sınırları, hem zaman içinde hem de incelenen soruna bağlı olarak değişiklik göstermiştir. Bölge sınırının incelenen sorunların mahiyetine bağlı olduğu genellikle kabul edilmektedir. Dünyadaki uygulamalarda, bölge planlama olarak adlandırılan çalışmaların sınırları incelenirse, bölge belirlenmesinin hiç bir kuramsal ya da deneysel yaklaşıma dayanmadığı gözlenebilir. Bölge planlaması sınırları belirlenirken, daha çok alan yeknesaklığı, iklim benzerliği, doğal kaynaklar, yönetsel sınır ve benzeri ölçütlerin alındığı görülür.¹²³

Değişik bölge tanımları olmasına rağmen, genelde homojen bölge, fonksiyonel bölge ve plan bölge olmak üzere üç tip bölge kavramı üzerinde görüş birliği vardır.¹²⁴

a. Homojen bölge; bir seri objektif ve içsel benzerlikler ile tanımlanır. Bir yerin bir bölgeye dahil edilmesini sağlayacak ilgili özelliklerin seçimi ve benzerlik derecesinin belirlenmesi, homojen bölgelerin tanımlanmasıyla ilgili en önemli konulardır. Planlamacıların ve araştırmacıların bölge kavramını duyduklarında düşündükleri bölge türü homojen bölgelerdir.¹²⁵

b. Fonksiyonel bölge; bir ülke içinde belirli bir alanda yaşayan nüfusun sosyal ve ekonomik faaliyetlerine ve yaşam biçimine yön veren ve etki yapan belirgin faaliyet veya özelliği, o alanın fonksiyonel bölge olarak tanımlanmasına neden olmaktadır. Antalya ve çevresinin turizm, İzmit ve çevresinin sanayi bölgeleri olarak bilinmeleri gibi.¹²⁶

Fonksiyonel bölge; birbirine bağımlılık bölgesi, kutuplaşmış bölge, çekirdek bölge ve düğümsel (nodal) bölge olarak da isimlendirilmektedir. Fonksiyonel bölge,

¹²³ Hasan Hüseyin DOĞAN, a.g.m., Dipnot No: 41, s. 103.

¹²⁴ M.G.K.G.S., **Türkiye'de Bölge Planlamasının Evreleri**, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği Yayınlarından No: 2, Levent Ofset Mat. ve Yay. Tic. Ltd. Şti., Ankara, 1993, s. 5.

¹²⁵ Stephen L J SMITH, **Tourism Analysis : A Handbook**, Longman Scientific & Technical, New York, 1989, s. 163.

¹²⁶ M.G.K.G.S.,a.g.e., Dipnot No: 124, s. 23.

homojenite dikkate alınmadan yapılan bir tanımlamadır. Polarize bölge; bir merkez ve onu çevreleyen bölgeden meydana gelmekte ve çevreye oranla ekonomik gelişme merkezi niteliği taşımaktadır ¹²⁷.

c. Plan bölgesi; bölgesel politikayı uygulamaktan sorumlu yönetimin yetki alanı içinde kalan sahalardır ¹²⁸. Planlama bölgesi olarak da adlandırılan plan bölgenin tanımlanmasında amaç; kalkınma planlarının uygulanmasına kolaylık getirmek ve alınacak kararlarda birlik ve bütünlük sağlamak ve belirleyici özellik; hazırlanan programdır ¹²⁹.

İktisadi kalkınmanın uygulanmasını kolaylaştırma amacına yönelik iktisadi kararlar arasında birlik ve bütünlük sağlamak amacıyla tanımlanmış bölgeler sözkonusudur. Kısaca planlama bölgesinde amaç, bölgenin kalkınması açısından ekonomik ve sosyal kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıdır. Bunu gerçekleştirmek için, yani bölge kalkınmasında izlenecek amaç bakımından bir idari sınırlama öngörülmektedir. Örneğin; Çorum - Çankırı Kırsal Kalkınma Projesi, Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) gibi ¹³⁰.

Ayrıca, bölgeler; ekonomik analiz yapılırken, bölgenin ekonomik yapılarına ve ekonomik gelişme seviyelerine göre ikili bir ayırıma sokulurlar. Ekonomik yapı özelliklerine göre bölgeler; homojen bölge, fonksiyonel bölge ve plan bölge olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma; belirli bir zamanda ve mekanda bölgelerin durumunu ortaya koymakta ve ekonomik yapı belirli bir süreç içinde değerlendirilmediği için statik olmaktadır. Ekonomik gelişme düzeyine göre bölge değerlendirmesinde; bölgeler belirli bir gelişme sürecine göre ele alındığından, dinamik bir yaklaşım vardır. Ülkelerin gelişme düzeylerine göre az gelişmiş, gelişmekte ve gelişmiş ülkeler olarak sınıflandırılması gibi, aynı yaklaşımla bölgeler de az gelişmiş bölge, gelişmekte olan bölge, gelişmiş bölge olarak sınıflandırılmaktadır ¹³¹.

Bölgesel kalkınma ve bölgesel analiz ile ilgili tüm çalışmalar, mevcudun saptanmasına yardımcı olan, homojen bölge saptanmasıyla başlamaktadır.

¹²⁷ Mustafa E. ERKAL, **Bölge Açısından Azgelişmişlik**, Der Yayınları, İstanbul, 1990, s. 18-19.

¹²⁸ Zeynel DİNLER, **Bölgesel İktisat**, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 3-049-0133, Bursa, 1987, s. 96.

¹²⁹ Erdiç TOKGÖZ, "Türkiye'nin Kalkınmasında Bölgesel Dengesizlikler ve Güneydoğu Anadolu Projesi" **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Hacettepe Üniversitesi, Cilt: 3, Sayı: 1-2, Ankara, 1985, s. 393-411.

¹³⁰ N. Oğuzhan ALTAY, Bölgesel Kalkınmanın Finansmanında Ege Bölgesi İçin Bir Model Girişimi: Ege Birlik Yatırım ve Kalkınma Bankası, **7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi**, 1. Kitap, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İzmir, 1997, s.1 - 2.

¹³¹ M. G. K. G. S., a.g.e., Dipnot No:124, s. 20 - 23.

Homojen bölge kavramı statik bir tanımlama olup, bölgenin belli bir andaki durumunu saptamaktadır. Bölgenin dinamik tanımlaması yapıldığında ise fonksiyonel bölge kavramı ile karşılaşılmaktadır. Fonksiyonel bölge ayırımı homojen bölge gibi bir yada birden fazla karakteristik özelliğin tanımlanmasına değil, çeşitli birimler arasındaki ilişkilere dayanmaktadır. Homojen bölge ve fonksiyonel bölge mevcut duruma ya da varolan ilişkilere dayanan verilere göre saptanırken, plan bölgenin sınırlarının saptanmasında o bölgenin geleceği ile ilgili müdehale ve özendirme önlemlerinin uygulanacağı alanın belirlenmesi söz konusu olmaktadır. Böylece, bölgenin sınırlarının saptanmasında, ulaşılmak istenilen amaçlar birinci derecede önem kazanmaktadır. Böylece, homojen ve fonksiyonel bölge, bölgesel kalkınma faaliyetlerinin bölgeler arasındaki dengeli dağılımını sağlamak için, plan bölge yararına sunulan bir araç durumundadır ¹³².

Planlama bölgesini belirleyebilmek için öncelikle homojen ve fonksiyonel bölge kavramlarından ve bölge belirleme yöntemlerinden faydalanılmalıdır. Bölgenin tanımlanmasında önemli olan; mekanın tanımlanmasında hangi kriterlerin kullanıldığıdır. Bu nedenle, bölgenin seçimi, yapısı ve sınırları; ele alınacak soruna, ölçek ve zamana göre değişebilir.

2.1.2. TURİZM BÖLGESİ

Bölgeyi tanımlamak için seçilen özellikler turizm gelişiminin boyutları ile ilgili olduğunda analiz edilen bölgeler turizm bölgeleri olarak isimlendirilebilir. "*Turizm bölgesi; turizm akımından etkilenen, ekonomik ilişkileri ve sosyal hayatı turizmin etkilerini taşıyan bir yerdir*" ¹³³.

Başka bir tanıma göre ise: "*Turizm bölgesi; turizm tarafından etkilenmiş bir görünüme sahip bulunan, turizm coğrafyası açısından bir mekan ünitesi oluşturan, ekonomik yapısı ve yaşamı turizmin etkilerini taşıyan yöredir*" ¹³⁴.

Ülkemizde ise turizm bölgelerinin sınırları Turizm Bakanlığı tarafından önerilmekte ve Bakanlar Kurulu Kararı ile tespit ve ilan edilmektedir. Genellikle doğal veya sosyo-kültürel değerlerin yoğunlaştığı alanlardır ¹³⁵.

¹³² Zeynel DİNLER, a.g.e, Dipnot No: 128, s. 88-104.

¹³³ Öcal USTA, **Turizm**, Altın Kitaplar, İstanbul, 1992, s. 70.

¹³⁴ Hasan OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 85.

¹³⁵ Turizm Bakanlığı, **Türkiye'de Turizm Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci**, T.C. Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yatırımlar Dairesi Başkanlığı, 1995, s. 45.

Turizm planlaması açısından turizm bölgesinin belirlenmesinde aşağıdaki yol izlenebilir:

1. Turizm kaynaklarının yoğunlaştığı homojen turizm bölgesinin belirlenmesi,
2. Turistik akımlara göre fonksiyonel bölgenin belirlenmesi,
3. İlk iki aşamaya planlama amaçları da eklenerek planlama bölgesinin belirlenmesi.

2.1.3. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASININ ÖNEMİ

Turizm planlaması için en uygun ölçek düşünülmesi gerekli bir konu haline gelmiştir. Turizm planlaması ve pazarlaması bütün ölçeklerde gerekli olmasına rağmen turizm gelişimi ve pazarlaması için en uygun ölçeğin yerel ve bölgesel ölçeklerin bir birleşimi olduğu ileri sürülmektedir. Bölgesel düzeyde bölgenin özelliklerinin ve güçlerinin tamamlayıcı çekicilikler paketi olarak eşgüdümlemesi fırsatı bulunmaktadır. Ayrıca, deneyimler, turizm gelişimi ve pazarlanmasından sorumlu idarelerin bölgesel düzeyi benimsediğini göstermektedir ¹³⁶.

Bölgesel planlamanın amacı da genel planlama amacı ile aynıdır : Ziyaretçi tatmini, yatırımcılara kazanç, çevresel koruma, yerel halkın yaşamına entegrasyonun sağlanması ¹³⁷.

Turizm planlamasının nedenleri bölgesel turizm planlaması içinde geçerlidir. Bu nedenle tekrardan kaçınmak amacı ile sadece bölgesel düzeyde turizm planlamasını gerektiren bazı özel nedenler aşağıda sıralanmaktadır:

1. Günümüzde turistik tüketim sayısız ve çok değişik biçimlerde gerçekleşmektedir. Bu nedenle, turizmde tahminleme; belirli bir faaliyet ve bölge ile sınırlandırıldığı ve bölgesel düzeyde ele alındığında tatmin edici olabilir¹³⁸.

Turizm bölgesinin coğrafi olarak tanımlanması; turistik hareketlerin ve onun çok boyutlu etkileri ve öneminin incelenmesine uygun bir zemin yaratır ¹³⁹. Çünkü, turizmin etkileri alanla sınırlıdır. Her bölge farklı ölçekte, türde ve şekilde gelişme potansiyeline sahiptir. Bölgesel turizm planlamasında turizm bölgesi olarak belirli bir coğrafi alanın sınırları çizilir. Böylece planlama biriminin küçülmesiyle uygulama kolaylaşabilir ve daha gerçekçi bir planlama modeli oluşturulabilir.

¹³⁶ Peter E. MURPHY, Community driven tourism planning, **Tourism Management**, June, 1988, s. 98 - 99.

¹³⁷ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 217.

¹³⁸ Hasan OLALI ve Alp TİMUR, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şt., İzmir, 1988, s. 215.

¹³⁹ A. J. BURKART and S. MEDLIK, **Tourism: Past, Present and Future**, Heinemann, London, 1986, s. 46.

2. Turizm talebinin zamansal ve mekansal yoğunlaşmaları; kalabalık ve alt yapı üzerinde baskılar gibi problemler yaratmaktadır. Yoğunlaşma yerel bir sorundur ve ülkeye genelleştirilemez. Turistik yoğunlaşma ve taşıma kapasiteleri esas olarak mikro bir kavramdır. Taşıma kapasitesi ancak belirli bir bölge, alan ya da çekicilik düzeyinde hesaplanabilir.

3. Sadece belirli alanlar ziyaret ediliyorsa bu alanların yerine bütün ülkeyi planlamak kısıtlı kaynakların kaybına neden olabilir. Diğer taraftan, turizm gelişimi açısından bazı ülkeler çok büyüktür ve homojenite yetersizliği vardır. Büyük bir ülkede bütün turistik bölgelerin gelişimine öncülük edecek düzeyde genel bir turizm gelişimi planı hazırlamak gerçekçi olmayabilir. Çünkü; hiç bir ülke ya da aynı ülke içinde farklı bölgeler aynı zamanda aynı problemlerle karşılaşmazlar. Problemler farklı olacağına göre üretilecek çözümler de farklı olacaktır. Bir bölgede ekonomi eğilimli stratejiler kullanılırken, başka bir bölgede koruma eğilimli stratejiler kullanılabilir.

Uygulanabilir bir düzeye getirilmediği sürece genel turizm planlaması kavramı oldukça özet kalabilir. Turizm, ulusal boyuttan yerel boyuta kadar bütün gelişim düzeylerini kapsar. Planlamanın amaçları aynı olsa bile, değişik coğrafya düzeylerinde yaklaşımlar ve süreçler farklı olacaktır¹⁴⁰.

4. Bölgesel turizm planlamasının sunduğu öneriler bölgedeki kuruluşların ve turizm işletmelerinin kendi fizibilite çalışmalarını yapmalarına yardımcı olur. Onlara rehberlik sağlar.

5. Merkezi planlamanın sakıncalarından kaçınmak bölgesel turizm planlamasının önemli nedenlerinden bir diğeridir. Yerel hizmetlerin merkezden planlanmasının sakıncaları; halkın ihtiyaç önceliklerinin belirlenememesi, halkın istekleri doğrultusunda etkili bir programlama yapılamaması, karar vermede ve uygulamada gecikme, duyarsızlık ve kırtasiyecilik gibi idari etkinliği ve verimliliği olumsuz yönde etkileyen sorunlar ve mahalli demokratik denetim mekanizmalarının gelişiminin sınırlandırılması olarak sıralanabilir.

Bölgesel planlama ile planlar yerel ve bölgesel kamu ve özel kuruluşlarına mal edilebilir. Bölge insanların planın yapımına ve yürütülmesine katılımı planın başarısı için önemlidir. Planlamanın başarılı olmasının kökeni, planlamanın nedenlerinin ve amaçlarının tüm ilgililere büyük bir çaba harcanarak anlatılmasına bağlıdır. Bölgesel turizm planlaması planlama sürecine halkın katılımını sağlama olanaklarına sahip olduğu için planların başarılmasına büyük katkı sağlayabilir.

¹⁴⁰ C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 213.

Bölge halkının turizm planlamasına katılımlarının önemini vurgulaması ve turizm konusunda bilinçli bir yerel halkın turizme karşı tutumlarını yansıtmaları açısından Touristmus mit Einsicht bildirisinin özeti örnek olarak verilebilir ¹⁴¹ :

Biz, sorumlu ev sahibi toplum;

- * Ekonomimiz için turizme ihtiyacımız var: Turizm iş yaratır ve gelir getirir. Bununla birlikte kültürümüz ve çevremiz için bir tehlikeyi temsil ettiğini de biliyoruz. Bu nedenle ülkemizin uygun ekonomik, sosyal ve doğal çevre olarak korunabilmesi için turizm gelişimini yönetmek ve denetlemek istiyoruz.
- * Turizm gelişiminde bağımsız karar vermek istiyoruz: Bununla anlatmaya çalıştığımız; bölgenin gelişimi ile ilgili bütün konulara halkın katılımı ve karar vermesinin gerektiğidir. Karar vermede toplum katılımının bir çok şekli destekliyoruz.
- * Amaçladığımız turizm gelişimi; ekonomik olarak verimli, sosyal olarak sorumlu ve çevre bilinçlidir. Toplumumuz ve çevremiz için hoş görülemeyecek yükler getirmeye yönelecek turizm gelişiminin desteklenmesini durdurmaya kararlıyız. Ekonomik zorunlulukların tuzaklarından kaçınmak istiyoruz.
- * Alanımızda turizm gelişim hedeflerini bağlayıcı bir şekilde belirledik. Hedeflerimizi arzu edilen ve edilmeyen ile sınırlandırdık. Bu politikaya bağlı kalacağız ve politikamızı engelleyebilecek darboğazları aşmaya hazırız.
- * Toprağımız üzerindeki kontrolümüzü muhafaza etmek istiyoruz. Aktif bir planlama ve arazi kullanım politikası izleyeceğiz. Dikkatli düşünülmüş kısıtlama politikaları ile yeni inşaatları sınırlandıracağız. Yerel olmayan insanlara arazi satımını azaltacağız. Mevcut altyapı ve binaların kullanımını destekleyecek ve geliştireceğiz.
- * Altyapı gelişim politikalarımız sınırlamak üzerine kuruludur. Bu nedenle yeni inşaatlar yapılmasında ya da mevcut altyapının, özellikle yollar, park alanları, havaalanları, su ve kanalizasyon sistemleri, geliştirilmesinde dikkatliyiz ve belirlenen gelişme hedeflerinin yakın gözlemcisiyiz.
- * Doğayı ve manzarayı etkin bir şekilde korumak istiyoruz. Dikkatli arazi yönetimi ve korumacı altyapısal gelişimin yanısıra özellikle değerli eko-sistemi koruyabilmek için çevrecilerin ve koruma uzmanlarının bütün planlama ve gelişim faaliyetlerine katılmalarını sağlıyoruz.

¹⁴¹ Rob DAVIDSON, **Tourism in Europe**, Pergamon Books, London, 1992, s.136.

- * Tek yönlü ekonomik gelişme ve turizm ticaretine fazla bağımlı olma tehlikesine karşı mücadele etmek istiyoruz. Turizmi olduğu kadar tarım ve küçük ölçekli ticareti destekliyoruz. Turizm ticareti dışında yeni işlerin yaratılması için bütün olanakları devamlı araştırıyoruz.
- * Turizm gelişimindeki ilkelerimizden birisi bölgemizin doğal ve kültürel özelliklerini gözlemek ve güçlendirmektir. Misafirlerimizden bu ilkemize saygı duymalarını bekliyoruz. Yerel kültürümüzün bağımsız kalmasını ve yaşamasını istiyoruz. Mimarimizi, el sanatlarımızı, dilimizi, geleneklerimizi ve mutfağımızı korumak ve geliştirmek istiyoruz.
- * İlgili herkese bilgi sağlayabiliriz. Sosyal olarak sorumlu ve çevresel olarak bilinçli davranış için yerel halkın, politikacıların, turizm işletmelerinin ve turistlerin desteğini almaya çalışıyoruz. Konseptimizi geliştirmek için bütün genel bilgilendirme ve pazarlama araçlarını kullanacağız.

Bölgesel turizm planlaması; halkın önceliklerinin belirlenmesinde, halkın istekleri doğrultusunda daha etkili programaların hazırlanmasında, karar verme ve uygulamada çabukluk ve demokratik mekanizmaların gelişimini desteklemenin en önemli araçlarından biri olarak büyük önem taşımaktadır.

Bölgesel turizm planlamasını, bölgesel planlama kapsamı içinde yeniden ele almak, bölgesel turizm planlamasının öneminin daha farklı boyutlarının da görülmesini sağlayabilir. Bu nedenle aşağıda bölgesel planlamanın nedenleri, bölgesel kalkınmanın sağlanmasında izlenebilecek politika hedefleri ve bölgesel planlamanın bölgesel ve ulusal kalkınmaya katkıları incelenmekte ve yeri geldikçe turizm ile bağlantılar kurulmaya çalışılmaktadır.

Bölgesel planlamanın nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir ¹⁴² :

1. Ulusal planlamaya mekansal boyut kazandırma çabası.
2. Ulusal planların yerel gereksinmelere uygunluğunun sağlanması.
3. Yerel girişimler ve gelişme potansiyellerinin değerlendirilmesi.
4. Ekonomik, sosyal ve coğrafi eşitsizlikleri azaltmaya yönelik politikaların bu düzeyde saptanabilir olması.
5. Arsa ve konut politikalarının bu düzeyde saptanabilir olması.
6. Doğal, tarihi ve kültürel varlıklara ilişkin kararlar ve koruma önlemlerinin bölge planlama ile sağlanabilmesi.

¹⁴² Yeşeren ELÇİN ARIKAN, Planlama Kurumunun Yeniden Yapılandırılması ve Bölge Planlama, **7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi, Bildiriler I**, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İzmir, 1997, s. 13.

7. Alt-yapı yatırımları, arazi kullanımına ilişkin yetkiler, kredi ve teşvikler gibi hizmetlerin ülke düzeyinde dengeli dağılımının bölge planlama ile sağlanabilir olması.

Bölgesel kalkınmanın sağlanmasına yönelik izlenecek politikada temel ilkeler aşağıdaki gibi sıralanabilir ¹⁴³ :

- ♦ **Sosyal Karlılık İlkesi:** Bu ilke geri kalmış bölgelerin ekonomik faaliyetlerini sağlamak için sosyal karlılığı yüksek yatırımların yapılması ile açıklanabilir. Bu yatırımlar çoğunlukla alt-yapı yatırımlarıdır. Devlet veya gücünü devletten alan kamu kurumları tarafından yapılır. Örneğin, yerel yönetimler gibi.
- ♦ **Kalkınma Kutbu İlkesi:** Yeni bir kutup yaratılırken yatırım çabalarının tüm sektörler aynı anda değil, bölgenin mevcut yapısına göre daha hızlı gelişme şansı olan sektörler yöneltmesi gerekir.
- ♦ **Halkın Katılımı İlkesi:** Bölgesel kalkınmanın başarılı bir şekilde yürütülmesi ve yerine getirilmesi için bölge ve yöre halkının politikada söz sahibi olması gerekir.

Bu ilkeler doğrultusunda bölgesel kalkınmanın amacı değişik başlıklar altında toplanabilir. Bunlardan belli başlıları aşağıda sıralanmaktadır ¹⁴⁴ :

- Bölgesel dengesizliğin azaltılması,
- Her türlü kaynağın, ekonomik faaliyetlerin ve nüfusun coğrafi bölgeler arasında uyumlu dağılımının kolaylaştırılması,
- Bölgenin değerlendirilmesi ve düzenlenmesi,
- Gelişmenin ülkeye yayılması,
- Bölgesel ekonominin entegrasyonu.

Bölgesel kalkınmanın sağlanmasına yönelik izlenebilecek temel politika ilkelerinden biri olan kalkınma kutbu ilkesi, yeni bir kutup yaratılırken yatırım çabalarının tüm sektörler aynı anda değil, bölgenin mevcut yapısına göre daha hızlı gelişme şansı olan sektörler yöneltmesini öngörmektedir. Bu ilkeden hareketle bölgesel kalkınma çabalarında turizm sektörü öne çıkarılabilir. Böylece, turizm kaynaklarının yoğun olduğu bölgelerde yatırım çabalarının turizm sektörüne yönlendirilmesi bölge kalkınmasına katkı sağlar. Turizm sektörü öncülüğünde bölgesel kalkınmanın sağlanması ise bölgesel turizm planlaması ile sağlanabilir. Böylece bölgesel turizm planlaması aşağıda sıralanan faydaları sağlayabilir:

1. Ulusal kalkınma planlarının etkinliğini artırarak ulusal kalkınmaya katkıda bulunmak,
2. Ülkenin ekonomik ve sosyal yönden bütünleşmesini sağlamak,

¹⁴³ N. Oğuzhan ALTAY, a.g.m., Dipnot No: 130, s. 2.

¹⁴⁴ N. Oğuzhan ALTAY, a.g.m., Dipnot No: 130, s. 2-3.

3. Bölgelerde atıl kalan kaynakları ekonomiye kazandırmak,
4. Bölgeler arası dengesiz gelişmeyi azaltmak,

1. Ulusal Kalkınmaya Katkıda Bulunmak: Bölgesel planlama ulusal planlamanın içinde yer alır ve ulusal kalkınma planlarının etkinliğini artırarak ulusal kalkınmaya katkıda bulunur. Bölgelerin kalkınması ülkenin kalkınmasıdır ve bunun için bütün bölgelerinin üretim için seferber edilmesi gerekir. Bölgesel planlama ile bölgelerin kalkınma sürecine sokulmaları ulusal kalkınma hızını artırır. Çünkü bölgesel planlama:

- * Ulusal planlar ile yerel faaliyetler arasında köprü kurar. Kalkınmanın yerel boyutlarını hesaba kattığı gibi, yerel bilgilerin ulusal planlara aktarılmasına da yardım eder. Bu açıdan, soyut ve genel düzeyde olan ulusal planlar ile somut ve yerel düzeyde yer alması gereken yerel planlama faaliyetleri arasında bir bağ işlevi görür.
- * Bir anlamda mekansal yerleşme olduğu için insan kaynakları ve ekonomik kaynakların uygun mekanlarda optimum yerleşimini ve bölgelerin kendine has katkılarının ortaya çıkmasını sağlar.
- * Ekonomik ve sosyal faaliyetlerin mekana yeniden dağılımı yapılırken kaynakların artırılması, kaynakların dengeli kullanımı yolu ile bölge insanlarına yaşadıkları yerde iş sağlayarak işsizliğin azaltılması, işgücü verimliliğinin artırılması, girişimcilik ruhunun geliştirilmesini sağlar.
- * Kalkınmanın bölge ölçeğinde ele alınması ile kararlar ve projelerin daha gerçekçi bir biçimde uygulanmasını sağlar. Çünkü, kalkınmaya ilişkin ulusal politikaların yerel gereksinmelere yanıt verebilmesi bölge planlarının görevidir.

2. Bölgeler Arası Dengesizliklerin Giderilmesi: Her ülke kendine özel ekonomik yapısı, gelişme şartları ve mekanizması olan bölgelerden meydana gelmektedir. Bölgeler arasında ekonomik, sosyal ve fiziki açıdan büyük farklar vardır. Bir ülkede ekonomik ve toplumsal gelişmenin bütün bölgelerde aynı hızda olmadığı bilinen bir gerçektir. Bu eşitsizlik ve dengesizlikler gelişmiş ülkelere göre gelişmekte olan ülkelere daha fazladır. Bölgeler arası gelişmişlik farkının en aza indirilmesi, öncelikle ülke ekonomisi açısından önemlidir ¹⁴⁵. Bölgesel planlama; bölgeler arası dengesiz gelişmeyi azaltır. Çünkü; bölge imkan ve şartlarından ayrılarak hazırlanmış bir politikanın başarı şansı zayıftır. Geri kalmışlık sorunuyla karşı karşıya olan bölgelerin farklı özelliklere sahip oldukları söylenebilir. Bu nedenle, genel amaçlı politikaların uygulanması beklenen sonucu vermekten uzak

¹⁴⁵ Ömer ABUŞOĞLU ve Ömer İNAN, **Kalkınma Öncelikli Yörelere ve Bölgesel Gelişme İçin Bir Model**, TOBB, Yayın No: Genel 105, Ar-Ge 39, s.5.

kalabilir. Bölgesel dengesizlikleri azaltıcı politikalar bölgenin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve coğrafi şartlarının analizi sonucunda hazırlanabilir.

3. Ülkenin Ekonomik ve Sosyal Yönden Bütünleşmesini Sağlamak:

Bölgesel dengesizliklerin giderilmesi ve geri kalmış bölgelerin kalkındırılması; ekonomik olduğu kadar sosyal, kültürel ve çevresel sorunlar ile çok boyutlu bir konudur. Bölgelerin dengesiz gelişimi yaşam standardı, kültür ve sosyal yapıda eşitsizlikler ortaya çıkarmaktadır. Bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi ülkenin ekonomik ve sosyal yönden bütünleşmesini de sağlar ¹⁴⁶.

4. Bölgelerdeki Atıl Kaynakları Ekonomiye Kazandırarak: Bölgelerin geliştirilebilmesi için bölgelerin ayrıntılı ve sağlıklı verilerine ihtiyaç vardır. Yani bölgede kalkınma için kullanılacak potansiyel bir kaynağın olup olmadığının araştırılması gerekir. Bu ise bölgesel planlama ile gerçekleştirilebilir. Bölge planlaması ile bölgelerin sosyal, ekonomik, kültürel, doğal kaynak, imkan ve potansiyelleri belirlenmekte ve bu konudaki gelişmelerin fiziki mekana yansması şekillenmektedir. Yani daha önce bölgede atıl kalan, üretim sürecinde kullanılmayan her türlü potansiyel faktör bölgesel planlama ile üretim sürecine sokulup ekonomiye kazandırılmaktadır. Bölgesel planlama; ulusal ölçekte hesaba katılamayacak bazı kaynakları harekete geçirmek gibi bir etki yapabilir.

Özetle, bölgesel gelişme sorunları; bir ülkenin kalkınması sorunları ile benzerlik göstermektedir. Sorunlar aynı olduğuna göre çözüm yolları da gelir seviyesinin yükseltilmesi, tasarrufun artırılması ve sermaye birikiminin sağlanması ve benzerleri gibi aynı özellikleri göstermektedir. Bölgesel kalkınma; bölgesel ekonomik büyümenin dışında düşünülemez. Gelir düzeyinin yükseltilmesi için bölgelerin mevcut geleneksel ekonomik faaliyetlerinde verimliliğin artırılması kaçınılmazdır. Gelir düzeyinin yükseltilmesi yoluyla talep hacminin genişletilmesi ve talep yapısının değişmesi ve çeşitlenmesi, daha üst bir hayat standardına erişme eğilimini güçlendirecek ve ekonomik faaliyetin hız kazanmasını sağlayacaktır.

Bölgeler arası farklılıkları gidermede turizmden yüksek oranda faydalanılabilir ve göreceli olarak az gelişmiş bölgeler birer turistik merkez haline getirilebilir.¹⁴⁷ Turizm; talep yapısının değişmesi ve çeşitlenmesi açısından önemli bir katkı sağlayabilir. Turistik alt-yapı ve tesislerine ve hizmetlerine yapılan yatırımlar, bölgenin sosyal çehresini değiştirmesi ve dinamizmini artırması yanında, bölgesel

¹⁴⁶ Ömer ABUŞOĞLU ve Ömer İNAN, a.g.e., Dipnot No: 145, s. XI.

¹⁴⁷ Chuck Y. GEE, **Resort Development and Management For Operators, Developers and Investors**, The Educational Institute of The American Hotel & Motel Assosiation, Michigan, 1981, s. 29 - 30.

gelirleri de yükseltecek ve bölgenin ülke ile sosyo-ekonomik bütünleşmesine katkı sağlayacaktır.

Bu yatırımların bölge gelirini artırma gücü, bölgesel kaynakların bu yatırımlardaki yoğunluğuna bağlıdır. Eğer bu yatırımlardan doğan gelir bölge dışına yansiyorsa, yatırımlarda beklenen gelir etkisi zayıf kalacaktır. Bu nedenle, turizm gelişiminde bölge girişimcilerine öncelik tanıyacak bölgesel turizm politikalarına ihtiyaç vardır.

Turistik harcamaların ekonomik olarak az gelişmiş ve işsizlik problemi olan marjinal alanlarda özel önemi vardır. Bazı durumlarda, diğer kaynakların az olduğu az gelişmiş alanların ekonomik gelişimini sağlamanın araçlarından biri de turizm gelişimi olabilir. Ülkenin az gelişmiş bölgeleri turizm gelişiminden faydalanabilir. Ekonomik olarak geri kalmış bölgelerin çoğu yüksek manzara güzelliklerine ve kültürel çekiciliklere sahiptir. Bu alanların turistler tarafından kullanılmak üzere geliştirilmesi yerel insanlara bir çok imkan sağlayabilir. Bu bölgelerde turizm gelişimi gelir ve istihdam açısından bölgeler arası dengesizlikleri düzeltmede önemli bir faktör haline gelebilir. Bir çok ülke bundan faydalanmaya çalışmaktadır ¹⁴⁸.

Bölgesel turizm gelişimi; ülkenin ekonomik ve sosyal yönden bütünleşmesini sağlar. Turizm bölgelerinde, bölgesel turizm planlaması ile insanlara iş yaratılması, yaşam standartlarının yükseltilmesi bölgeler arası sosyal bütünleşmeyi sağlayarak; başka bölgelere olan göçü ve bu göçlerin yarattığı sosyal problemleri önleyebilir.

2.2. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ

Her hangi bir planlamada olduğu gibi bölgesel turizm planlaması da belirli amaçlara yöneliktir ve bu amaçlara ulaşmak için insanların ihtiyaç ve istekleri ile mevcut kaynakları uyumlaştırmaya çalışmaktadır.

Kapsamlı bir planlama; bir kaç aşamadan oluşan sistematik bir yaklaşımı gerektirir. Bu süreç; birbirini takip eden planlama sürecinin aşamaları ile açıklanabilir. Bu model; turizm planlaması yazınında yer alan turizm planlaması süreci yaklaşımlarına dayanmaktadır. Ancak, bölgesel turizm örgütleri tarafından kullanılabilecek şekilde geliştirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bu bölümü, önerilen bölgesel turizm planlaması modeline ilişkin sürecin her aşamasının ayrıntılı bir şekilde açıklanmasından oluşmaktadır.

¹⁴⁸ A.K. BAHATIA, *Tourism Development: Principles and Practices*, Fourth Edition, Sterling Publishers Limited, New Delhi, 1983, s. 193 - 194.

Şekil 15. Bölgesel Turizm Planlaması Modeli



2.2.1. MEVCUT DURUM VE OLASILIKLAR: ARAŞTIRMA

Bölgesel planlama modelinin ilk aşaması araştırmadır. Araştırma; önce bilinmeyi bulma sonra açıklama süreci olarak açıklanabilir. Planlama süreci içinde araştırmanın üçüncü bir fonksiyonu ise değerlendirmedir. Bu üç fonksiyon ile ilişkili olarak; tanımlayıcı, açıklayıcı ve değerlendirme araştırması olmak üzere üç araştırma türü tanımlanabilir ¹⁴⁹.

Tanımlayıcı araştırma; turizm alanında en çok kullanılan araştırma türüdür. Bu yaklaşımın amacı; yeni ilişkileri kanıtlamak ya da yeni uygulamaların değerini göstermek değil sadece tanımlamaktır. Örneğin; temel turizm envanterinin tanımlanması gibi. Açıklayıcı araştırma; tanımlayıcı araştırmayı izler ve sebep sonuç ilişkisini ya da nedenselliği oluşturabilmek için veri toplama ve analiz fonksiyonlarını kapsar. Değerlendirme araştırması ise karar verme sürecinden kaynaklanır ¹⁵⁰.

¹⁴⁹ A. J. VEAL, *Research Methods for Leisure and Tourism - A Practical Guide*, Longman, Essex, 1992, s. 1 - 2.

¹⁵⁰ Clare A. GUNN, "A perspective on the Purpose and Nature of Tourism Research Methods" *Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers*, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988, s. 3-10.

Turizm planlaması kapsamında değerlendirme araştırması; politika ve karar verme sürecinden kaynaklanır ve politika ya da programların başarı ve etkinliğinin değerlendirilmesini kapsar. Amaca göre; araştırmanın bu üç fonksiyonundan sadece biri de kullanılabilir. Ancak, turizm planlaması; araştırmanın üç fonksiyonunu da kullanmaktadır.

Turizm planlaması araştırmalarında modellerden de faydalanılmaktadır. Modeller; modelleme yoluna göre turizm sisteminin unsurlarını tanımlamaya çalışan tanımlayıcı modeller, bir sistemin ya da alt-sistemin nasıl çalıştığını nedensel ilişkileri belirleyerek ya da belirlemeden göstermeye çalışan açıklayıcı modeller ve nedensel ilişkiler bilgisine dayanarak tahminlemeye olanak sağlayan öngörücü modeller olarak alt sınıflara ayrılabilir ¹⁵¹.

Turizm araştırmaları; üç ana sınıfa ayrılabilir: Birincisi; endüstri, endüstrinin faaliyetleri, yönetimi ve pazarlamasının tanımlanması. İkincisi; yerel, ulusal ve uluslararası kapsamda turizm endüstrinin özelliklerini belirleyen mekansal gelişim ve ilişkiler. Üçüncüsü; endüstrinin gelişiminden kaynaklanan ekonomik, sosyal, kültürel, ve çevresel etkilerdir ¹⁵².

Turizm planlamasının temel unsurlarından biri olan araştırma; karar vericilere aşağıdaki kararları almada yardımcı olur:

- * Mevcut sorunlar konusunda bilgi sağlayarak neye ulaşılması gerektiği hakkında genel olarak karar vericilere bilgi sağlayarak amaçların oluşturulmasında,
- * Farklı görüşlerin yansıtılmasında ve farklı seçeneklerin sonuçlarının neler olabileceği konusunda bilgi sağlayarak, amaçlara en iyi ulaştıracak faaliyet yönlerinin yani turizm politikası ve stratejilerinin oluşturulması ve değerlendirilmesinde,
- * Kısmi değişiklikleri işaret eden ya da faaliyetlerin başarısını onaylayan geribildirim sağlanması yolu ile uygulama sürecinin izlenmesine ve uygulamanın etkilerinin değerlendirilmesinde bilgi sağlar.

Belirlenen amaçlara ve hedeflere ulaşmak için düzenlenen uygulama programları faaliyete geçtiğinde, amaçlara ne oranda ulaşıldığını ve nasıl ulaşıldığını denetleyebilmek ve ayrıntılı raporlarla ortaya koyabilmek için performans ölçütleri oluşturulmalıdır. Görüldüğü gibi araştırma, sadece neyin ne kadar iyi yapıldığını

¹⁵¹ Donald GETZ, a.g.m., Dipnot No: 93, s. 22.

¹⁵² M. Thea SINCLAIR and M. J. STABLER, " New Perspectives on the Tourism Industry", **The Tourism Industry - An International Analysis**, Edited by M. Thea SINCLAIR and M.J. STABLER, C.A.B. International, Oxon, 1991, s. 2.

değil aynı zamanda nelerin yapılması gerektiğini de gösterir. Böylece yeni politika hedefleri ve programlar düzenlenir.

Bugüne kadar yapılan çalışmalarda turizm planlamasının etkinliğine ilişkin beklentiler tekrar tekrar dile getirilmekte ve daha bilgili bir turizm planlamasıyla olumlu etkilerin en üst düzeye çıkartılmaması, olumsuz etkilerin ise en alt düzeye indirilmemesi için hiç bir neden olmadığı iddialarında bulunmaktadır ¹⁵³.

Turizmin ekonomik ve toplumsal önemi konusunda güvenilir ve inanılır bilgi ve veri eksikliği bulunması ve güvenilir bilgiyi sağlayabilecek olan ayrıntılı araştırmalar konusunda oldukça az sayıda girişim olması planlama çalışmalarının olması gerekenden çok gerilerde kalmasına neden olmuştur ¹⁵⁴. Çünkü; turizmden elde edilecek yararların en üst düzeye çıkarılması, önce konunun bütününe anlaşılmaması ile mümkün olabilir. Böylece turizmden yeterince yararlanmayı engelleyen etmenler belirlenebilir ve nelerin yapılması gerektiği açıklığa kavuşturulabilir.

Öyleyse; turizm planlamasının bütün aşamaları araştırmaya dayanmaktadır. Araştırma ve değerlendirme olmadan turizm planlaması faaliyeti gerçekleştirilemez. Turizm araştırmaları turizm planlamasının temel dayanağıdır. Turizm planlaması uygun, geçerli ve güvenilir bilgilerin toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması ve ortaya somut önerilerin konulmasını gerektirir.

Turizm planlaması; genel planlama kavramlarının turizme uyarlanmasıdır. Bu nedenle; bölgesel planlama düzeyinde, turizm sisteminin unsurlarının tanımlanması, sistemin unsurları arasındaki ve alt-unsurları arasındaki ilişkilerin ve çalışma mekanizmasının anlaşılması, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin sürekli izlenmesi, planlama sürecine turizm ile ilgili kesimlerin (turist, yerel halk, işletmeci, yerel idare, hükümet) katılımlarının sağlanması yollarının belirlenmesi; planlamanın araştırma unsuru ile sağlanır.

Bu kapsam içinde turizm planlaması sürecinin tanımlanması ve açıklanması, aslında; turizm planlaması kapsamı içinde sistemli bir şekilde turizm araştırma tekniklerinin açıklanmasıdır. Çünkü, bilgilerin nasıl sağlanacağını, kararların nasıl alınacağını, kararların nasıl uygulanacağını, kararların ve uygulamaların doğruluğunun nasıl denetleneceğinin açıklanması; turizm planlamasının nasıl yapılacağını açıklamasıdır.

Dahası, seçilen araştırma yöntemleri ve teknikleri; araştırmanın amacı, konuları ve kapsamı turizm planlaması yaklaşımını da yansıtmaktadır. Örneğin,

¹⁵³ Dexter J. L. CHOY, " Tourism Planning: The case for 'market failure' ". **Tourism Management**, Vol. 12, No: 4, December, 1991, s. 313.

¹⁵⁴ Orhan İÇÖZ, a.g.m., Dipnot No:115, s. 30-31.

sadece ekonomik etkilerin araştırılması (tanımlama, analiz, değerlendirme ve öneriler) ve çevresel, sosyal, kültürel etkilerin gözardı edilmesi sürdürülebilir planlama yaklaşımından uzaklaşma anlamına gelebilir. Çünkü, sürdürülebilir bir turizm gelişimi doğal ve kültürel kaynakların gelecek için korunarak turizmin geliştirilmesini öngörmektedir. Diğer taraftan, turizm sistemine etki eden çevresel faktörlerin sürekli izlenmemesi; fırsatlardan yararlanamama ve tehditlerden kaçınamama gibi bir sonuç doğur ki bu da planlamanın stratejik bir planlama olmaması ile sonuçlanır.

Turizm; sosyal, çevresel ve ekonomik boyutları ile karmaşık bir olay olduğu için turizm planlaması bir çok değişik araştırma girdilerine ihtiyaç duyar. Bu nedenle; turizmde çok değişik araştırmalara ihtiyaç vardır. Turizm problemleri; pazarlama, coğrafya, antropoloji, davranış, işletme, ekoloji, tarih, siyaset, planlama, gelecek bilim gibi değişik bilim dallarından oluşan bir ekip araştırmasını gerektirmektedir. Örneğin, fiziksel turizm planlaması; şehir ve bölge planlaması, mimarlık, peyzaj mimarlığı, iç tasarım gibi farklı uzmanlıklar gerektirmekte ve arazi kullanımı ve peyzaj analizleri alanında havadan fotoğraf, el grafikleri, bilgisayar teknikleri gibi bir çok değişik teknikler kullanılmaktadır. Doğal kaynaklar konusundaki çevresel araştırmalar turizm bölgelerindeki doğal kaynak alanlarının planlama ve yönetimine yön vermekte, davranışsal araştırmalar büyük oranda turistin anlaşılmasını sağlamaktadır ¹⁵⁵.

Turizm planlaması; çözümlemelerle başlar ve ondan ayrılması güçtür. Yönetim faaliyeti seviyesine, yönetim süreci evrelerine ve yönetim faaliyeti işlevlerine göre planlama sürecine doğrudan bağlı olarak uygun kapsamda araştırma türlerinin her birinin önemli bir rolü vardır ¹⁵⁶.

Turizm planlaması araştırmaları farklı şekillerde ve kapsamlarda açıklanabilir. Birbirlerinden tamamen farklı olmamakla birlikte turizm araştırmaları; durum belirlemesi, geleceğin tahminlenmesi, fizibilite (finansal uygunluk ve öngörülen yatırımın ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri), pazar ve pazarlama araştırmaları (pazar bölümlendirmesi, pazar profili araştırmaları, pazarlama stratejileri) şeklinde değişik kapsamlarda açıklanabilir ¹⁵⁷.

¹⁵⁵ C. A. GUNN, a.g.m., Dipnot No: 150, s. 3 - 10.

¹⁵⁶ J. R. Brent RITCHIE, "Roles of Research in Tourism Management", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988, s. 13 - 21.

¹⁵⁷ A. J. VEAL, a.g.e, Dipnot No: 149, s. 3.

Planlama, istatistik ve analiz bilgisi araştırma ekibinde aranan özelliklerin başında gelmektedir. Bütün bu özelliklerin hepsinin bir araştırmacıda olması beklenemez. Bu nedenle, hangi düzeyde olursa olsun turizm planlaması için gerekli araştırmaların bir ekip tarafından yürütülmesi gerekir ¹⁵⁸. Turizm planlaması, planlama uzmanlarının yanı sıra, mimari, finansman, pazarlama, ekonomi, sosyoloji, ve hatta arkeoloji alanlarında uzmanlar gerektirir ¹⁵⁹. R. C. MILL'in planlama sürecine katılımlarını öngördüğü kişiler; bakanlık memurları, turizm endüstrisi işletmecilerinden seçilenler, diğer anahtar kamu sektörü temsilcileri, turizm danışmanları, fiziksel planlamacılar, pazar araştırmacıları ve rekreasyon uzmanlarıdır ¹⁶⁰.

Bölgesel turizm planlaması sürecinin araştırma ve değerlendirme aşaması aşağıdaki adımları izlemektedir:

1. Turizm Bölgesinin Belirlenmesi,
2. Bölgenin Turizm Kaynaklarının Araştırılması,
3. Bölgenin Turizm Pazarlarının ve Rakabetin Araştırılması,
4. Turizmin Bölge Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması,
5. Bölgenin Yaşam Dönemi ve Taşıma Kapasitesinin Belirlenmesi,
5. Turistik Gelişmeyi Etkileyen Dış Çevre Faktörlerinin Araştırılması,

2.2.1.1. TURİZM BÖLGESİNİN BELİRLENMESİ

Turizm planlaması; kapsadığı mekan açısından uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel turizm planlaması olarak dört ayrı mekansal ölçekte ele alınabilir. Turizm gelişiminden hangi örgüt sorumlu olursa olsun önemli olan; planın bir coğrafi kapsam içinde ele alınmasıdır. Bu nedenle turizm planlamasında en önemli konulardan biri geliştirilecek turizm bölgelerinin seçimidir. Böylelikle, turizm planlamasının amaçları coğrafi terimlerle ifade edilebilir ve kaynakların mekansal dağılımı öncelik alanları işaret edilerek belirtilebilir.

Turistlerin, turizm bölgelerini algılamalarının ölçülmesi; turizm gelişimi ve tanıtımı stratejilerinin temelini oluşturmaktadır. Davranış ve tutumların ölçülmesinde araştırmacının uygun araştırma metodları ve ölçek teknikleri kullanması gerekir.

¹⁵⁸ Martinus Jan KOSTER, "Tourism Research in European National Tourist Organizations" **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editör: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988, s. 129 - 140.

¹⁵⁹ M. C. COLTMAN, a.g.e., Dipnot No: 111, s. 270.

¹⁶⁰ R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No:14, s. 368-369.

Araştırma metodları ve ölçüm teknikleri konusuna turizm yazınında oldukça fazla yer verilmektedir ¹⁶¹. Ancak turistlerin araştırılmasının maliyeti nedeni ile çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Bölgesel turizm planlaması; davranışsal modeller yardımı ile bölgeye seyahat eden turistlerin bölgeyi ziyaret etme amaçlarını, bölgeyi turistik bir bölge olarak algılama düzeylerini araştırmalıdır.

Turizm bölgesini belirleme; kendi başına planlama olmamasına rağmen bölgesel turizm planlamasının önemli bir aracıdır. Bölgesel turizm planlamasından söz edildiğinde, turizm bölgesinin bilinmesi gerekir.

Bölge belirleme; coğrafyacı, politikacı, ekonomist ve benzeri bütün araştırmacılar için önemli bir araçtır. Bir bölgenin belirlenmesi mekansal bir olayı incelemenin en temel unsurudur. Turizmde bölge belirlemenin en eski kullanımı bölgesel planlamaya bir zemin yaratmak ve turizm gelişimine rehberlik etmek için bölgelerin tanımlanmasıdır ¹⁶². Günümüzde turistik tüketim sayısız ve çok değişik biçimlerde gerçekleşmektedir. Bu nedenle, turizmde tahminleme; belirli bir faaliyet ve bölge ile sınırlandırıldığı ve bölgesel düzeyde ele alındığında tatmin edici olabilir ¹⁶³. Ayrıca, planlama birimi küçüldükçe uygulama kolaylaşabilir ve daha gerçekçi bir planlama modeli oluşabilir. Turizm bölgesinin coğrafi olarak tanımlanması; turistik hareketlerin ve onun çok boyutlu etkileri ve öneminin incelenmesine uygun bir zemin yaratır ¹⁶⁴. Turizmin coğrafi yapısını tanımlamada kullanılan araçlar; genel olarak bölge belirleme yöntemleri olarak isimlendirilmektedir. Turizm bölgelerinin sınırlarını belirlemenin bir çok özel amacı olabilir. Ancak, genel olarak bunlar üç genel amaç içinde sınıflandırılabilir ¹⁶⁵:

1. Bölge belirleme; dünya üzerinde bir yerin isimlendirilmesine yardım eder. Bir araştırmacı ya da planlamacı, turist gönderen ya da turistlerin gittiği bir yer hakkında konuşmak istediğinde, buraların bir etiketinin olması araştırmacıya yardım eder.
2. Bölge belirleme; bilginin düzenlenmesine ve basitleştirilmesine yardım eder. Hiç kimse dünyanın her yerindeki turizm ile ilgili gerçekleri ve ilişkileri bütün ayrıntıları ile öğrenmeyi umut edemez. Bu nedenle, önemli özellikleri paylaşan yerleşimlerin bir bölge olarak değerlendirilmesi gerekir. Bölge belirleme; yerleşimler arasında hiç farklılık olmadığı anlamına gelmez. Ancak, bölge belirleme belirli amaçlarla

¹⁶¹ Angie DRISCOLL, Rob LAWSON and Brian NIVEN, "Measuring Tourists' Destination Perceptions", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 3, 1994, s 499 - 511.

¹⁶² S. L. J. SMITH, a.g.e., Dipnot No: 125, s. 173.

¹⁶³ H. OLALI ve A. TİMUR, a.g.e., Dipnot No: 138, s. 215.

¹⁶⁴ A. J. BURKART & S. MEDLIK, a.g.e., Dipnot No: 139, s. 46.

¹⁶⁵ S. L. J. SMITH, a.g.e., Dipnot No: 125, s. 160.

yapılacağı için, bu amaçların sağlayacağı faydalar, farklılıkları görmemenin yaratabileceği olumsuzluklardan daha fazla olabilir. Örneğin; veri toplama, turizm istatistiklerinin toplanması ve özetlenmesi, gelecekteki turizm gelişimi için potansiyel mekansal değişkenlerin tanımlanması bölgesel turizm örgütünün, turizm derneklerinin kurulmasına ve bölgesel turizm planlaması ve pazarlaması çabalarına yardım edebilir.

3. Bölge belirleme; tümevarımsal genelleme ve tahminlerin yapılmasına olanak tanır ve turizm gelişimi için önemli özellik ve ilişkilerin neler olduğunun anlaşılması için bölgeler kıyaslanabilir.

Ayrıca, bölge belirleme bir grup insanın kendilerine ne olduğunu anlamalarında kullanılan bir değişkendir ¹⁶⁶.

Kişisel sezgilere dayanan bölge belirleme çabaları turizm planlamasında yetersiz kalabilir. Bölgesel turizm planlaması gibi ciddi bir amaca sahip olunulduğunda turizm bölgelerin tanımlanması daha ciddi ve nesnel olmalıdır. Turizm bölgesi; objektif analizlerden çok bölgeleri tanımlamakla görevlendirilen bir kişinin ya da kurulun politik tercihi ya da sezgisine dayandırıldığında planlama açısından güvenilir olmayabilir.

Bölge belirleme; bir sınıflandırma türü olduğu için bölge belirleme sürecinde aşağıda belirtilen sınıflandırma prensiplerinin uygulanması gerekir ¹⁶⁷:

1. Bölge belirleme yöntemi eldeki soruna özel ve uygulanacak mekana uygun olmalıdır.
2. Bölgesel sistem bölgedeki mevcut şartları yansıtacak şekilde tutarlı olmalı ancak tutarlılığı bozulmadan da değiştirilerek güncelleştirilebilmelidir.
3. Bölge belirleme; bölgelerin değerlerine dayandırılmalı ve ayrıntılı olmalıdır.
4. Bölge belirleme için kullanılan özellikler bölge belirlemenin amacına uygun olmalıdır.
5. Bölgelerin genel seviyede tanımlanmasında kullanılan özellikler daha özel seviyede tanımlanmasında kullanılan özelliklerden daha önemli olmalıdır.
6. Özelliklerin sayısı ve sınıfında dikkatli olunmalıdır.
7. Birden fazla farklılaştırma özelliği bölge belirlemede hiyerarşi yaratmalıdır.
8. Bölge belirleme geniş bir planlama sürecinin bir ön adımı ise fazla para ve zaman harcanmamalıdır.

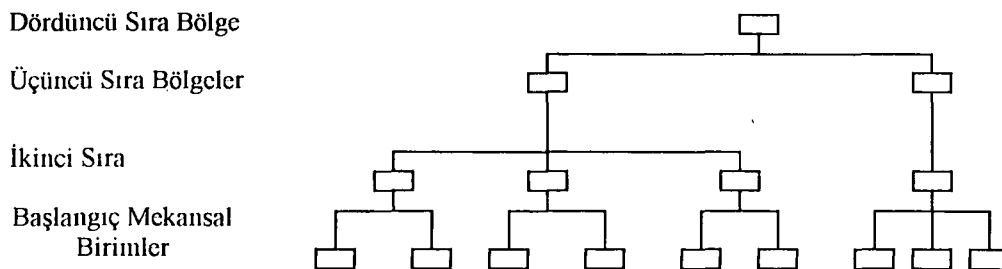
¹⁶⁶ S. L. J. SMITH, a.g.e., Dipnot No: 125, s. 172.

¹⁶⁷ S. L. J. SMITH, a.g.e., Dipnot No: 125, s. 168 - 171.

Şekil 16. Senteze Dayalı Bölge Belirleme

- Sıra Bölge
- Sıra Bölgeler
- a
- Mekansal
- imler
-
- ```
graph TD; A[] --- B[]; A --- C[]; B --- D[]; B --- E[]; B --- F[]; C --- G[]; C --- H[]; D --- I[]; D --- J[]; E --- K[]; E --- L[]; F --- M[]; F --- N[]; G --- O[]; G --- P[]; H --- Q[]; H --- R[]; I --- S[]; I --- T[]; J --- U[]; J --- V[]; K --- W[]; K --- X[]; L --- Y[]; L --- Z[]; M --- AA[]; M --- AB[]; N --- AC[]; N --- AD[]
```

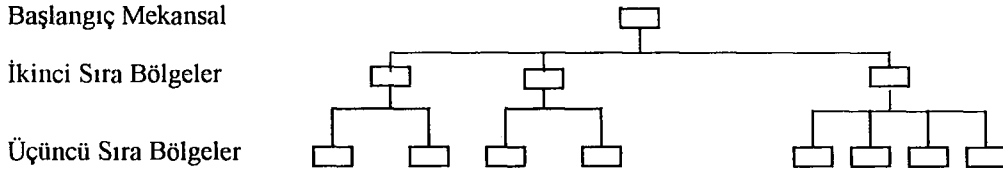
Not: Bölge belirleme "aşağıdan yukarıya doğru"



<sup>168</sup> S. L. J. SMITH, a.g.e., Dipnot No: 125, s. 160 - 168.

### Şekil 17. Analitik Bölge Belirleme

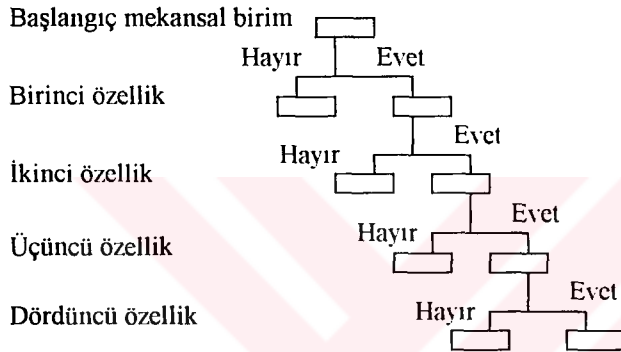
Not: Bölge belirleme "yukarıdan aşağıya doğru" işlemektedir.



Kaynak: Stephen L J SMITH, *Tourism Analysis : A Handbook*, Longman Scientific & Technical, New York, 1989, s. 165-167.

### Şekil 18. Ayırimsal Bölge Belirleme

Not: Bölge belirleme "evet" bağlantıları yoluyla "aşağıya doğru" işlemektedir



Kaynak: Stephen L J SMITH, *Tourism Analysis : A Handbook*, Longman Scientific & Technical, New York, 1989, s. 165-167.

**b. Bölge Belirleme Yöntemleri:** Bölge sınırlarının belirlenmesinde genellikle benzer yöntemler kullanılmakta ve aşağıdaki aşamaları izlemektedir <sup>169</sup>:

1. Ölçütün seçimi ve olası ağırlığı.
2. Alanların bu ölçütlere göre değerlendirilmesi.
3. Toplam turistik potansiyel ya da turistik çekiciliğin nispi ölçümünden yola çıkarak bölge sınırları konusunda bir sonuca varmak.

Harita ile, algısal, anlayışsal ve fonksiyonel bölge belirleme olmak üzere dört turistik bölge belirleme yöntemi vardır.

\* *Harita ile bölge belirleme yöntemi*; seçilen kriterlere göre ilgili alanın bir envanterinin çıkarılması yoluyla bir dizi harita çizilmesine dayanmaktadır <sup>170</sup>.

Önemli mekansal özelliklerin mekanda dağılımını gösteren bir dizi haritanın çizilerek üst üste getirilmesi yolu ile temel turistik bölge belirlenmeye çalışılmaktadır.

<sup>169</sup> D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s.175.

<sup>170</sup> D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s.177.

Bu işlem için bilgisayar kullanımı da önerilmesine rağmen geleneksel olarak elle çizilen haritalar yardımı ile de yapılabilmektedir<sup>171</sup>. Bu süreç geniş bir mekanın daha küçük bölgelere ayrılması ya da geniş bir mekandaki tek bir bölgenin sınırlarını genişletmek için kullanılmaktadır.

Bir sistem dahilinde bir dizi haritanın bütünleştirilmesidir. Bu süreçte, kritik özelliklerin tanımlanması ve değerlendirilmesi büyük önem taşır. Harita üzerinde bölge belirleme süreci; genellikle belde, ilçe, il ve ülke gibi siyasi bir birim olan çalışma mekanının tanımlanması ile başlar.

Uygun bölgesel özellikler belirlenir ve operasyonel tanımlar yapılır. Her özellik için veriler toplanır ve ayrı ayrı harita üzerinde belirtilir. Her bir harita, transparanlar yardımı ile üst üste konularak bütünleştirilir. Birleştirilen haritaya göre bölge tanımlanır.

Turizm gelişimi açısından bütün alanlar aynı fiziksel değerlere sahip değildir. Turistik işletmelerin başarılı olabilmeleri için turistik talebin olduğu yerleri seçmeleri gerekir. Turistik talep ise fiziksel değerlerin en iyi olduğu bölgeleri seçmektedirler. Değişik fiziksel faktörlerin grafiksel olarak haritaya çizimleri büyük turizm potansiyeline sahip olan yerleri gösterebilmektedir. Uygulamanın kolaylaştırılması için, C. GUNN, fiziksel faktörleri dokuz sınıfta gruplandırmaktadır<sup>172</sup>:

1. Su ve su yaşamı
2. Yeşil alanlar ve vahşi yaşam
3. İklim ve atmosfer
4. Topografya, toprak ve jeoloji
5. Tarih, arkeoloji, efsane, destan
6. Estetik
7. Mevcut çekicilikler, endüstri ve kurumlar
8. Hizmet merkezleri
9. Ulaştırma

Bilgisayar ile "çoklu harita çizimi" tekniği bu işi yapmakta oldukça kullanışlıdır. Çoklu harita çizimi, sistematik ağırlık ölçme, istenilen niteliklerin sınıflandırılması ve yerleşimlerinin gösterilmesini kapsayan çözümsel bir süreçtir. Bu sürecin formülü ve iki yöntemi aşağıdaki gibidir<sup>173</sup>:

<sup>171</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 228.

<sup>172</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 228.

<sup>173</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 227.

$$O_{ij} = \left( \frac{1}{W} \right) \times \sum_{k=1}^n A_{ijk}$$

$$W = \sum_{k=1}^n w_k$$

Burada;

$O_{ij}$  : Haritadaki i sırası ve j sütunu içindeki hücrenin kodu,

$n$  : Birbiri üzerine konulacak harita sayısı,

$W_k$ : k harita için ağırlık faktörü,

$W$  : Ağırlık faktörlerinin toplamı,

$A_{ijk}$  : k haritasının i sırası ve j sütununun hücresinin renkli kodu.

Süreç iki yöntemden oluşmaktadır. Birincisi, off-line yöntemi, haritacı olan araştırmacı, araştırmaya dayalı olarak belirli nitelikleri ve onların bölgeye dağılımını gösteren haritaları elle çizer. Örneğin; harita su kaynaklarının bulunduğu alanları simgelerle gösterir ve bunlara ağırlık verilir. Ağırlık verilmesinde en iyi yöntem uzmanlar panelinin kullanılmasıdır. Delphi yaklaşımı, gelecekteki turizm gelişimi için pazar tercihi ve ihtiyaç duyulan faaliyetleri de dikkate alarak değişik nitelik faktörlerinin nispi önemi konusunda görüş birliği sağlar.

İkinci yöntem, on-line, haritaların bilgisayar çizimlerine çevrilmesidir. Harita çizimi için bir kaç bilgisayar programı mevcuttur, örneğin; GRI-DAPLE, PC ATLAS, STATMAP, SYMAP. Her bir harita için el çizimi haritalar bilgisayar girdisi için digitalleştirilirler. Görsel kontrol için her faktör harita üzerine anahtar gölgeler ile yazdırılır ve yerlerin genel bir değerlendirmesi için büyük öneme sahip bütün faktörler bilgisayar tarafından üst üste getirilir ve harita yorumlanır.

\* *Algısal Bölge Belirleme Yöntemi*: Turistlerin, turistik bölge olarak algıladıkları coğrafi mekan turizm planlaması bakımından büyük önem taşımaktadır. Turistlerin bölgeyi nasıl tanımladığı konusunda bir araştırma yürütülür. Temel olarak turistlerin fikirlerinin harita üzerinde gösterilmesidir.

Turistlerin algılamalarının pazarlamada önemli bir kullanımı vardır. Etkin pazarlama stratejileri ancak turistlerin algılamaları belirlendikten sonra oluşturulabilir.

Bu süreç üç aşamada tamamlanır <sup>174</sup> ;

1. Turistlerin önemli olarak gördükleri faktörler tanımlanır.

<sup>174</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 49.

2. Turistlerin ilgili alanın tanımlanan faktörlere sahip olup olmadığı konusundaki algıları araştırılır.
3. Gerçekte bölgenin bu değerlere sahip olup olmadığı tesbit edilir ve bölge sınırları belirlenir.

Bu işlem; turistlerin önemli gördükleri faktörleri bildiği varsayılan turizm ile ilgili işletmeciler, turizm uzmanları ve kamu görevlilerinin algılamaları özetlenerek de yapılabilir. Böyle yapıldığında bu yöntem idari bölge belirleme mantığına benzemektedir. Ancak, buradaki en önemli fark; idari bölge belirleme bir kişiye dayanırken, bu yöntem bir çok kişinin görüşüne dayanmaktadır.

\* *Anlayışsal Bölge Belirleme Yöntemi*; Algısal bölge belirlemeye benzer bir yöntemdir. Ziyaretçilerin bölge hakkındaki imajlarının bir araya getirilmesinden oluşur. Bu sürecin algısal bölge belirlemeye göre avantajı çoklu bölgeler tanımlamasıdır. Ancak bu yöntem hem çok masraflıdır hem de her turist harita çizemeyebilir.

Turistlere sormak çok uzun zaman ve para harcanmasına neden olabilir. Bu nedenle yerel insanlara, turizm işletmecilerine, tur operatörleri ve seyahat acentalarına, turizm uzmanlarına ve özellikle turist rehberlerine sorulabilir.

\* *Fonksiyonel Bölge Belirleme Yöntemi*: Seyahat modellerine bakılarak bir dizi turizm bölgesi tanımlanmasına dayanır. Turizm araştırmacıları, fonksiyonel bölge belirlemeyi oldukça kullanışlı bulmaktadır. Fonksiyonel bölgeler; içsel homojenliğe göre belirlenmezler ve bu yönleri ile harita üzerinde belirlenen bölgelerden farklıdırlar. Fonksiyonel bölge belirleme, turist gönderen ve turist kabul eden coğrafi alanlar ve aralarındaki ulaşılabilirlik ile tanımlanmaktadır.

Turizm bölgesi alanı tanımlaması ayırimsal bölge belirleme mantığını kullanır. Büyük bir alandan başlanır ve sistematik olarak belirli özelliklere uyup uymadığına göre alt bölümler belirlenir. Bir kriter listesi ile çalışılarak bölge için oluşturulan bütün kriterlere uyuncaya kadar çalışma alanı bir ya da daha fazla bölgeye daraltılır.

Sayısal yeteneklerden çok profesyonel yargı ve sezgiye dayanan bir süreçtir. Turistik bir bölgenin sahip olması gereken özelliklerin belirlenmesi ve bu kriterlere uyan alanların tanımlanmasıdır. Her planlamacı, özel planlama durumuna uygun kriterleri seçer. Aşağıdaki kriterler örnek olarak verilebilir:

1. Bölgesel kimlik duygusu yaratacak bir dizi kültürel, fiziksel ve sosyal özelliklere sahip olmalıdır.

2. Turizm gelişimini destekleyecek bir turizm alt-yapısına sahip olmalıdır. Burada altyapı; turistik tesisleri, yolları, turizm işletmeciliğini destekleyecek ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak sosyal hizmetleri kapsamaktadır.
3. Tek bir yerleşimden ve tek bir çekicilikten daha büyük olmalıdır.
4. Mevcut çekicilikleri ya da turist çekecek yeterli çekiciliklerin gelişimini destekleyecek potansiyeli olmalıdır.
5. Gelecekteki turizm tanıtımı faaliyetini yönlendirecek ya da turizm planlamasını destekleyecek imkana sahip olmalıdır. Geniş bir nüfusa cevap verebilmeli ve ulaşılabilir olmalıdır.

Bölgesel turizm planlaması, turizm bölgesinin belirlenmesi ile başlar. Turizm bölgesinin belirlenmesinde yukarıda açıklanan mantıksal yaklaşımlardan ve yöntemlerden biri ya da bunların bir birleşimi kullanılabilir.

#### **2.2.1.2. BÖLGESEL TURİZM KAYNAKLARI**

Bölgesel turizm kaynaklarının araştırılması için bölgesel turizm kaynaklarını oluşturan verilerin sistematik olarak sınıflandırılması ve her sınıflandırmayı oluşturan verilerin de planlama açısından önem taşıyan faktörlere göre değerlendirilmesi gerekir. Bölgenin kaynakları turizm kaynağı olma özellikleri dikkate alınarak sıralanır, haritalanır ve taşıma kapasiteleri ölçülür. Kaynak analizi; turizm bölgesi alanının bir envanteri ya da turizm kaynak unsurlarının listesini ortaya çıkarır.

Bu envanterden mekansal ve endüstriyel alanlarda yatırım ihtiyacı olan alanların tanımlanarak yatırım fırsatlarının belirlenmesi, gelişme potansiyelinin değerlendirilmesi, değişik gelişim programlarının uygunluğunun değerlendirilmesi şeklinde yararlanılabilir. Böylece kaynak envanteri, turizm gelişimi için mevcut ve potansiyel olasılıkların belirlenmesi için bölgenin turizm kaynaklarının önemini değerlendirilmesine bir zemin yaratır.

Turizm kaynaklarının kalite, özgünlük ve kapasiteleri değerlendirilir, turizme katkılarında zayıf ve güçlü yönleri listelenir ve değerlendirilir. Kaynakların değerlendirilmesi; mevcut turistlerin tatminini artırmada gerekli olan gelişme ihtiyacını ve mevcut durumdaki açıkları özetler.

Turizm olayının çok yönlü oluşu ve turizm kaynaklarının bir yerden başka bir yere değişmesi; turizm kaynaklarının değişik şekillerde sınıflandırılmasına neden olmaktadır <sup>175</sup>. Yapılan bu sınıflandırmalar da dikkate alınarak kaynak analizine

---

<sup>175</sup> H. OLALI ve A. TİMUR, a.g.e., Dipnot No:138, s.172.

konu unsurlar (a) turizm bölgesinin alt-yapısı, (b) turizm bölgesinin turistik tesisleri ve hizmetleri, (c) turizm çekicilikleri olmak üzere üç grupta toplanmakta ve sırası ile açıklanmaktadır.

#### 2.2.1.2.1. TURİZM BÖLGESİNİN ALT - YAPISI

Turizm bölgesinde, turistik tesisler ve hizmetlerin ve çekiciliklerin kullanımına ortam yaratan, turizm bölgesinin alt-yapısıdır. Turizm bölgesinin alt-yapısı; kurumsal alt-yapı ve maddi alt-yapı olarak iki başlık altında incelenebilir.

##### A. BÖLGENİN KURUMSAL ALT-YAPISI

Kurumsal alt-yapı; toplumun organizasyon biçimi, değer yargıları, davranış kalıpları ve hukuk düzenlemelerinden oluşur. Karar alma sürecinin önkoşullarını, seçme-seçilme, katılma, mülkiyet, sözleşme, güvenlik gibi temel hak ve özgürlükleri kapsar<sup>176</sup>.

Kamu yönetimlerinin turizm olayı nedeni ile yaptıkları bütün faaliyetler, ürettikleri mal ve hizmetler ve üretime katkıda bulunan araç ve tesisler turizmin kurumsal alt-yapısını oluşturmaktadır. Turizmle doğrudan ve dolaylı ilgili olan kurumların oluşturdukları tüm faaliyetler, örneğin; turizm danışma bürolarının hizmetleri, turizm polisinin hizmetleri, çevreyi koruma ve güzelleştirme amacı ile çalışan kuruluşların hizmetleri, turizm personeli yetiştiren eğitim kurumlarının hizmetleri kurumsal alt-yapı içinde değerlendirilebilir.

Turizmle doğrudan ilgili kurumlar; genel olarak turizm sektörünün sorunları ile ilgili olan, faaliyet gösteren ve kurumsal alt-yapıyı oluşturan kuruluşlardır. Merkezi idare, mahalli idareler, turizm dernekleri, birlikleri ve vakıfları turizm ile doğrudan ilgili kurumlardır. Sınırlarda gümrükle ilgili faaliyetleri yürüten, emniyet ve can güvenliğini sağlayan, pasaport ve vize işlemlerini yürüten kurumlar dolaylı olarak turizm arzının alt-yapısını oluşturur<sup>177</sup>.

Döviz büroları ve diğer finansal hizmetler incelenebilir. Uluslararası turizm için para değişim imkanı ve hizmetleri; yerin uygunluğu, sunulan hizmetin tipi ve kalitesine göre değerlendirilebilir. Para değişim hizmetleri, bir çok turist tarafından kullanılan kredi katlarının yerel oteller tarafından kabul edilirliliği araştırılabilir.

<sup>176</sup> Hüsnü ERKAN ve Canan ERKAN, **Ekonomide Sosyal Demokrat Alternatif**, Altın Kitaplar, İstanbul, 1989, s. 88.

<sup>177</sup> H. OLALI ve A.TİMUR, a.g.e., Dipnot No: 138, s. 163 -164.

Turistlerin para transferi yapabilme imkanları açısından bankacılık hizmetleri incelenebilir.

Sağlık tesisleri ve hizmetleri incelenebilir. Turizm alanlarında yeterli sağlık tesisleri ve hizmetlerinin olması gereklidir. Doktor ve diğer sağlık personeli, uygun şekilde donatılmış hastaneler ve sağlık ocakları, uzak alanlar için gezici tıbbi hizmet birimleri araştırılıp değerlendirilebilir. Bütün bu hizmetlerin; yerel halk, turizm personeli ve turistler dikkate alınarak değerlendirilmesi daha uygun olabilir.

Makul bir düzeyde güvenlik turizm için bir önşarttır. Güvenlik hizmetlerinin kapsamı, etkinliği, güvenilirliği, otellerde uygulanan güvenlik ölçütleri, oteller için yangından korunma hizmetleri, terör kontrolü gibi ölçütlere göre değerlendirilebilir.

Turistler; yerel güvenlik ya da suç sorunları, ne zaman ve nerede korunmak gerektiği konularında bilgilendirilmelidir. Turistlerin bilgilendirilip bilgilendirilmediği turist enformasyon ve otel oda broşürlerinden belirlenebilir.

Turizmde hem turistlerin hem de turizm tesislerinin etkin faaliyeti için yeterli posta hizmetleri gereklidir. Yerinin uygunluğu, otelde sağlanması, dağıtımın zamanında olması, güvenilirlik, kayıplara karşı koruma, memurların etkinlik ve dostça tavırları ölçüt alınarak posta hizmetlerinin düzeyi belirlenebilir.

Giriş kapıları, ülke hakkındaki ilk etkinin yaratıldığı bir noktadır. Uluslararası turizm için sınır kapılarında giriş çıkışın sağlanması süreci ve gümrük hizmetleri; yeterli fiziksel tesisler, uygunluk, mantıklı bir süreç, gümrükten geçme süresi, dürüstlük, dostça tavır ve ilgili personelin etkinliğine göre değerlendirilebilir.

Turizm bölgesinin kurumsal unsurları hakkında turizm planlamasının bir öneri getirebilmesi için öncelikle kurumsal unsurların incelenmesi gerekir. İncelenmesi gereken temel kurumsal unsurlar, yukarıda bahsedilen hizmetlerin yanısıra, aşağıdaki gibi sıralanabilir <sup>178</sup>:

- a. Devlet ve turizmin örgütsel yapısı.
- b. Turizm gelişim politikaları ve planları.
- c. İnsan kaynakları ve turizm eğitim ve öğretim kurumları.
- d. Toplumsal yapı.

#### **a. Devlet ve Turizmin Örgütsel Yapısı**

Turizmde etkin ve verimli bir yönetim amacı ile turizm örgütlenme yapısı önerebilmek için; hükümet sistemi ve turizm ile ilgili faaliyet gösteren örgütler, örneğin; ulusal,

---

<sup>178</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 62.

bölgesel ve yerel turizm örgütü, ulaştırma ve iletişim, çevre koruma, kültür, yerel idareler ve planlama kurumları arasındaki eşgüdüm incelenir.

Kaynak analizi için en önemli verilerden biri; bölgedeki turizm örgütlerinin incelenmesidir. Bölgesel turizm örgütünün güçlü ve zayıf yönleri; bölgesel turizm örgütünün bölgesel turizm planlaması sürecini yürütecek güce ve yeteneğe sahip olup olmadığı, örgütsel yapısı ve örgütsel kaynaklarının fırsatları gerçekleştirmeye uygunluğu, kamu ve özel kesim turizm ilişkileri ve iletişim ağının araştırılması kaynak analizinin anahtar aşamasıdır <sup>179</sup>.

Bir ülke ya da bölgede turizmin planlanması, geliştirilmesi, pazarlanması, eşgüdümü ve yönetimi için etkin bir örgütsel yapı gereklidir. Turizm yönetiminin örgütsel yapısı; uluslararası düzeyde bölgesel, ulusal, ulusal düzeyde bölgesel ve turizm alanlarında yerel düzeyde kamu ve özel sektör örgütlerini kapsar. En uygun örgütsel yapının belirlenebilmesi için hükümetin genel yapısı içinde turizmi geliştirmenin özel ihtiyaçları, hedefleri ve hedeflere ulaşmayı sağlayacak en etkin örgütsel yaklaşım her alan için özel olarak değerlendirilir. Turizmin karmaşık ve çok boyutlu bir faaliyet olması nedeni ile turizmin örgütlenmesinde düşünülmesi gereken ilk konu turizmin değişik boyutları ile ilgili hükümet kurumları ve hükümet ile özel sektör kuruluşları arasında bir eşgüdümün sağlanmasıdır. Turizmin eşgüdümlü gelişmesi ve işlemesi için özel sektör örgütleri turizmin örgütsel yapısı içinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle en uygun örgütsel yapının geliştirilmesi gerekir <sup>180</sup>.

#### **b. Turizm Gelişim Politikaları ve Planlarının Mevcut Durumu**

Bölgesel turizm planlamasının hazırlanmasında ilk düşünülmesi ve ele alınması gereken ulusal turizm politikasıdır. Ulusal turizm politikası; bölgesel turizm planlamasının amaçlarına bir çerçeve oluşturur. Bölgesel turizm politikasının amaçları ulusal turizm politikasının amaçlarını destekler olmalıdır. Diğer kamu sektörü kuruluşlarının da turizm üzerinde etkisi olan politikaları, amaçları ve hedefleri vardır. Bu nedenle; kamu ve özel sektör örgütlerinin turizm ile ilişkili faaliyetleri ve programları tanımlanmalıdır <sup>181</sup>.

Turizm gelişimi politikası önerebilmek için; turizm politikası ve planlarının yanısıra temel ekonomik, fiziksel ve sosyal gelişim politikası, stratejileri ve bunların sonuçları incelenmelidir.

<sup>179</sup> E. HEATH and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 107, s. 13.

<sup>180</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 412.

<sup>181</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 367.

Bölgesel düzeydeki mevcut turizm politikaları ve planlarını incelemeden önce ulusal düzeydeki turizm politikaları ve planları incelenir. Ulusal turizm politikası ve planları yoksa benzer bölgeler ve başka ülkelerin politika ve planları incelenir; bölgesel ve yerel düzeyde oluşturulan politika ve planlar ulusal turizm politikasının oluşturulmasında dikkate alınır.

Özel sektör turizm yatırım projelerinin değerlendirilebilmesi için; mevcut yatırım politikaları ve teşvikleri, bölgesel ve bölge dışı sermaye imkanları, bölge için ulusal ve uluslararası düzeyde kredi imkanları ve kredi maliyetleri araştırılır. Özellikle konaklama ve diğer turistik tesisler ve hizmetler, ulaştırma tesisleri ve diğer alt-yapı ve çekiciliklerin geliştirilmesi; turizm gelişiminde önemli sermaye yatırımları gerektirir. Turizm işgücünün geliştirilmesi, pazarlama ve diğer bazı kurumsal unsurlar da önemli yatırımları gerektirir. Bu yatırımların finansmanının nasıl sağlanacağına belirlenmesi turizm planlamasının önemli unsurlarından biridir.

Mevcut turizm yatırım politikalarının belirlenmesi amacı ile turizmi de kapsayan bütün gelişim türlerine gerekli olan sermaye hareketleri ile yatırım politikaları incelenmelidir. Bu ise turizm planlaması sürecinin araştırma ve analiz bölümünün önemli adımlarından biridir. Yatırım için gerekli sermayenin varlığı, sermayenin uluslararası, ulusal ya da bunların bir birleşimi ile nasıl sağlanacağı incelenir. Bazı bölgelerde finansal kaynaklar yeterlidir ve sadece kamu kesiminde finansal programlama ve özel sermayenin hareketliliğinin sağlanması ihtiyacı olabilir. Ancak, sermaye varlığı üzerinde kısıtlamalar olan yerlerde çabalar finansal kaynak bulmaya yönlendirilecektir. Her durumda da yatırım politikaları tanımlanmalıdır<sup>182</sup>.

Turizmin alt-yapısının geliştirilmesinin finansal kaynağının nasıl sağlanacağı hükümetin vermesi gereken en önemli kararlardan biridir. Örneğin; havaalanları, yollar, su arzı, elektrik enerjisi, kanalizasyon ve katı atık sistemi gibi temel alt-yapı yatırımlarının geliştirilmesi ya da iyileştirilmesi için gerekli yatırımları genellikle hükümet sağlamak ve özel sermayenin turizm alanına çekilmesinde teşvik olarak görülmektedir.

Ulusal parklar, önemli arkeolojik ve tarihsel alanlar gibi kamu kesimi turistik çekiciliklerin korunması ve bu yerlerde ziyaretçi tesisleri ve hizmetlerinin sağlanmasını hükümet finanse etmektedir. Bu maliyetlerin bir kısmı buralara giriş fiyatlarından ve buralardaki restoran ya da hediyelik eşya satış mağazalarının özel girişimcilere kiralanmasından karşılanabilmektedir. Eğlence parkları gibi ticari olan

---

<sup>182</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 421.

çekicilikler tamamen özel girişimciler tarafından finanse edildiği gibi kamu kesimi tarafından da finanse edilebilmektedir.

Oteller, resortlar, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü gibi turistik tesislerin ve hizmetlerin geliştirilmesinde turizm yatırım politikaları; sermaye kaynaklarının varlığına ve bu yatırımlar için sermayenin çekilebilmesi yeteneğine bağlıdır. Yerel olarak belirli miktarda yatırım sermayesi bulunabilir ancak, mevcut sermaye için alternatif talep ve yatırımlar da bulunacaktır. Yeterli sermaye olmadığı zaman bölge dışı sermayenin çekilmesi, bazı yatırım karlarının bölge dışına gideceği de dikkate alınarak düşünülür. Yerel ve dış sermayenin çekilmesinde güçlükle karşılaşıldığında ise gerekli yatırımlar için teşvik tedbirleri alınır. Yatırım politikaları açısından teşvik sağlanmasının gerekliliği; teşviklere gerçekten ihtiyacın olup olmadığı ve teşvikler sonucu ortaya çıkan maliyetlerin yatırımlar sonucu sağlanacak faydalarla kıyaslanarak belirlenmelidir. Teşvik gerekliliğine karar verildikten sonra teşvik türleri belirlenmelidir. Yatırım teşvikleri gerekli olduğu sürece yapılmalı ve teşvikleri gerektiren durum ortadan kalktığında teşviklere son verilmelidir. Bu nedenle teşvikler sürekli olarak gözden geçirilmelidir<sup>183</sup>.

Turizm planının başarılı bir şekilde uygulanması için önerilecek yasal düzenlemelere veri sağlamak için otel standartları ve sınıflandırma sistemi, tur operatörlüğü ve seyahat acentacılığı faaliyetleri, rehberlik hizmetleri, arazi kullanımı ve inşaat standartları ve restoranların hijyen standartları gibi genel düzenlemeler konusundaki mevcut turizm yasaları ve düzenlemeleri araştırılır ve değerlendirilir.

Devletin önemli rollerinden biri; turizm konusunda yasalar ve düzenlemelerin hazırlanmasıdır. Turizm ve turizm ile ilişkili hukuki düzenlemeler; turizmin gelişim, yönetim ve işleyişi için yasal bir çerçeve oluşturur. Turizm ile ilgili yasalar ve düzenlemeler kapsamlı turizm planlaması sürecinin bir parçası olarak gözden geçirilir ve gerektiğinde yeni yasal düzenlemeler önerilir.

Doğrudan turizm ile ilgili yasalar; turizm gelişimi politikası için oluşturulur ve ulusal turizm örgütü, bölgesel ya da yerel turizm örgütsel yapıları, işleyişi ve finansman kaynaklarını düzenler. Oteller, restoranlar, seyahat acentaları ve tur operatörleri, tur rehberleri için standartlar ve belgelendirme süreçlerini kapsayan değişik özel düzenlemeler, otel sınıflandırma sistemleri ve turistleri koruma yasaları turizm ile ilgili hukuki düzenlemelerdir. Bu düzenlemeler; ülkenin ihtiyaçları ve mekanizmasının çok iyi anlaşılmasına dayandırılarak dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır.

---

<sup>183</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 421.

Genel yasalar ve düzenlemelerin turizm ile ilgili yönleri araştırılmalı ve gözden geçirilmeli, fiziksel planlama alanında temel planlama yasaları incelenmelidir. Konaklama ve diğer turistik tesislerin arazi kullanımının kontrolü ile ilgili turizm alanları düzenlemeleri incelenmelidir. Arzu edilen bir gelişimin sağlanması ve çevre kalitesinin korunması için temel gelişim kontrolleri gereklidir ve bunun için de alanlama yasaları gerekmektedir. Turistik tesislerin uygun gelişiminin sağlanması için bina inşaatları ile ilgili düzenlemelerin uygunluğu araştırılmalıdır.

### c. İnsan Kaynakları ve Turizm Eğitim - Öğretim Kurumları

Turizmde iş gücü kaynakları ve işgücü planlaması ve gelişimine veri sağlamak için mevcut iş gücünün durumu ve turizm eğitim ve öğretim kurumları ve onların programları araştırılır.

Turistik mal ve hizmet üretiminin belirli özellikleri ve sektörün yapısına hakim olan emek yoğun üretim tarzı nedeniyle turizm sektöründe insan faktörü öne çıkmaktadır. Bu nedenle; turizmin makro düzeyde planlanmasının önemli aşamalarından birisi; personel ihtiyacının belirlenmesi ve bu ihtiyacın karşılanması için gerekli öğretim ve eğitim planlamasının yapılmasıdır <sup>184</sup>.

Turizm alanında yapılan büyük yatırımlar yeterli ve nitelikli insan gücü ile desteklenmediği zaman büyük sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle; turizm eğitimi son derece önem taşıyan bir olgu durumuna gelmektedir. Çünkü; işgücü bir üretim faktörüdür ve diğer bir üretim faktörü olan sermaye ne kadar iyi olursa olsun, ancak nitelikli işgücü ile bir anlam ve değer kazanır <sup>185</sup>.

Hangi endüstri ya da örgüt için olursa olsun kendi başına büyüyüp gelişebilen tek ve en önemli kaynak insandır. Nitelikli ve yetenekli personel bütün mesleklerin temelini oluşturur. Yüksek yetenekte işgücünün turizm sektörüne çekilmesi ve muhafaza edilmesi; insan kaynakları alanında yüksek seviyede teknik yeterlilik gerektirir. Turizm endüstrisi için kaynaklar insana eşittir. Aslında, işin türü ve boyutu ne olursa olsun her örgütün en önemli değeri insan kaynaklarıdır. Teknoloji, dekor, yüksek yönetim tekniklerinin herhangi bir birleşimi kopye edilebilir. Ancak, kalite standartlarının oluşturulması ve korunması; insanlar ve onların gelişimi ile başarılabilir. Büyüyen hizmet sektörünün emek yoğun bir endüstrisi olan turizmin;

<sup>184</sup> Alp TİMUR, "Turizm Eğitiminde Darboğazlar", **Haftasonu Semineri I**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1994, s. 44.

<sup>185</sup> Orhan IÇÖZ, "Türkiye'de Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Temel Sorunları ve Öğrencilerin Okul Sonrası Mesleki Yaşama Uyumu Konusunda Bir Değerlendirme", **Haftasonu Semineri I**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1994, s. 84-85.

belkemiği turizm personelidir ve turizmin başarısı bu personelin performansına dayanır.

İşgücü planlaması; doğru insanların doğru zamanda doğru işte olmalarını sağlamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Turizmin kurumsal alt-yapısının hazırlanması açısından işgücü planlaması turizm planlamasında önemli bir yere sahiptir ve turizm gelişimi ve yönetimi sürecinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Çünkü, turizm bir hizmet sektörüdür ve turizmin başarısının büyük bir bölümü insan kaynaklarına ve turizmde çalışan personelin niteliğine bağlıdır.

Turizm işgücünün planlanması; ülkenin turistik gelişme tahminleri, bu tahminlere dayalı personel ihtiyacının tahminlenmesi, mevcut istihdamın sayısı ve kalitesi açısından durumunun belirlenmesi, belirlenen personel ihtiyacı ve mevcut eğitim kapasitesinin bu ihtiyacı karşılayıp karşılamayacağını belirlenmesi ve ihtiyacın karşılanması için gerekli bina, donanım, öğretici ve eğitici planlanması sürecinden oluşur<sup>186</sup>.

Turizmde işgücü planlaması; turizm ile ilişkili bütün istihdam düzeylerinde ve iş türlerinde sistematik olarak ele alınmalı ve turizm ile ilgili bütün iş türlerini, bu işlerde çalışacak insan sayısını ve gerekli eğitimi kapsamalıdır.

Turizmde iş gücü planlaması süreci aşağıda sıra ile açıklanan dört aşamadan oluşur<sup>187</sup>:

1. Turizmde kullanılan mevcut işgücünün değerlendirilmesi, mevcut sorunlar ve ihtiyaçların tanımlanması,
2. İstihdamın her kademesinde gerekli olan işgücü ihtiyacının sayısının tahmini ve her iş sınıfı için niteliklerin belirlenmesi,
3. Gelecekteki işgücü ihtiyacının değerlendirilmesi,
4. İhtiyaç duyulan nitelikteki işgücünün sağlanması için gerekli öğrenim ve eğitim programlarının formülasyonu.

♦ **Mevcut İşgücü ve Eğitimin Değerlendirilmesi;** Turizmde insan kaynaklarının araştırılması; ihtiyaç duyulan insan kaynakları ve istihdam etki araştırmaları olmak üzere genel olarak ikiye ayrılır. Turizm işletmeleri ve kurumları içerisinde ihtiyaç duyulan insan kaynaklarının araştırılması; sorunlar ve planlama alanları ile ilgilidir. Örgüt içi araştırmalar; iş yapılandırması, yeni personel alımları ve eğitim maliyetlerini azaltmak için personel devir hızının analizleri, personel devir hızını azaltmak için eğitim geliştirme programları ve gelecek insan kaynakları ihtiyacının karşılanmasını kapsar. Örgüt dışı araştırmalar ise genellikle planlama amacı ile

<sup>186</sup> H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 289.

<sup>187</sup> E. INSKEEP, a.g.e, Dipnot No: 33, s. 404.

yapılır. Öğretim ve eğitim hizmetlerini sağlamakla sorumlu kamu ve özel kuruluşlar; endüstrinin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik dersler ve programları planlarlar. Mevcut ve ihtiyaç duyulan personel yetenekleri ve sayıları tahmin edilerek, tahmin edilen yeteneklerdeki eksiklik öğrenim ve eğitim programları ile giderilir. İstihdam etki araştırmaları ise; turizmin geçmişte, günümüzde ve olası gelecekteki istihdam üzerindeki etkilerini araştırır<sup>188</sup>.

Turizmde istihdam araştırmaları; turizm endüstrisinin talep ettiği yeteneklere sahip mevcut insan sayısını belirlenmeye çalışır. Emek arzının sayısal boyutu; insan sayısı ve onların çalışacağı ücretlerdir. Niteliksel boyut ise yetenekler ve kabiliyetlerle ilgilidir. Emek pazarının talep yönünde bu emeği istihdam eden ya da etmek isteyen şirketler vardır. Eğer şirketlerin ürünlerine bir talep olursa, şirketler de emek talep eder. Bu nedenle; emeğe olan talep, turistik mal ve hizmetlere olan talebin bir yansımasıdır. Emek talebinin sayısal boyutu; değişik düzeylerdeki ücret oranlarını ödeyerek işçileri istihdam etmek isteyen işveren sayısıdır. Nitelik boyutu ise iş için gerekli olan yetenek ve kabiliyetlerdir<sup>189</sup>.

Turizmde çalışan mevcut işgücünün araştırılması için bir çalışma başlatılması işgücü planlamasının birinci adımını oluşturmaktadır. Turizmdeki mevcut istihdamın araştırılması turizm ile ilgili kamu ve özel kesimi kapsamalıdır. Turizm sektörünü hangi işlerin oluşturduğu, bu tür bir araştırmada ilk başta karar verilmesi gereken bir konudur ve aşağıdaki faktörleri kapsamalıdır<sup>190</sup>;

- \* iş sınıflandırması,
- \* istihdam sayısı,
- \* istihdamın özellikleri ( yaş ve cinsiyet profili, eğitim düzeyi ve benzerleri),
- \* eğitimin yeterliliği,
- \* mevcut işlerdeki insanların nitelikleri,
- \* personel devir hızı,
- \* personelin işlerine karşı tutumları,
- \* istihdamın mevsimsellik özellikleri,
- \* alt sektörler ve iş türlerine göre istihdam oranları,

<sup>188</sup> Randy D. ELKIN and Randall S. ROBERTS, " Evaluating the Human Resource (Employment) Requirements and Impacts of Tourism Developments, **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988, s. 363.

<sup>189</sup> R. D. ELKIN and R. S. ROBERTS, a.g.m., Dipnot No:188, s 364.

<sup>190</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 409.

\* mevcut eğitim - öğrenim kurumlarının statüleri ve sağladıkları turizm eğitimi programları.

Bu araştırma; iş sınıflarını, istihdam sayısını ve özelliklerini, eğitimin durumunu, istihdam edilen işgücünün niteliğini, sektördeki personel devir hızını, personelin işlerine karşı tutumlarını ortaya koyarak ihtiyaç duyulan öğrenim ve eğitim programlarının belirlenmesi aşamasında önemli veriler oluşturacak bilgileri sağlayacaktır.

♦ **Gelecekteki İşgücü İhtiyacının Tahminlenmesi;** Gelecekteki işgücü ihtiyacı; belirli aralıklarla gözden geçirilmek üzere turizm planının kapsadığı süre ile eşit zamanlı olarak tahminlenmelidir. Planlanan turizm türü, turist sayısı, konaklama tesisi sayısı ve türü, diğer gerekli turizm tesisleri ve hizmetleri; ulusal ya da bölgesel düzeydeki turizm işgücü tahminlemesinin temelini oluşturur. İşgücü planlaması; otel planlaması düzeyinde ise planlanan hizmet ve tesisin büyüklüğü ve özellikleri gibi daha belirli özelliklere dayanır. Otellerde ve diğer turistik tesislerde ve hizmetlerde doğrudan istihdam edilenleri kapsayacak şekilde her bir konaklama birimi için iş oranlarının oluşturulması genel bir tekniktir. Eğer dolaylı olarak istihdam edilenlerin de sayıları gerekiyorsa bunun için de bir oran oluşturulabilir ancak bu tip istihdam genellikle diğer ekonomik sektörlerin işgücü planlamaları içerisinde ele alınmaktadır <sup>191</sup>.

Mevcut istihdam araştırmasının işaret ettiği mevcut iş oranları geleceğe uyarlanabilir ya da mevcut turizm gelişiminin düzeyi düşük ise, benzer turizm alanlarındaki oranlar kullanılabilir. Konaklama tipi ve kalite düzeyine ilave olarak, turizm türü de istihdam ihtiyacını etkiler. Örneğin; deniz turizminde kültür turizminde olduğundan daha az sayıda rehber ihtiyacı duyulurken, deniz ve yat turizminde cankurtaran ve dalış rehberlerine daha fazla ihtiyaç duyulabilir. Turizm ile ilgili olarak kamu kesiminde istihdam edilecek personel sayısı kamunun turizme katılma düzeyine ve önerilen turizm örgüt yapısına göre değişir.

Genel iş türleri belirlendiğinde, turizmin bütün boyutları için belirli iş türleri ve yetenek düzeylerine dayalı olarak bir iş sınıflandırma sistemi formüle edilmeli ve bu sınıflandırmaya göre işgücü tahminleri yapılmalıdır.

Sınıflandırma sistemi kapsamlı olmalı ve her sınıflandırma belirli işleri ve gerekli kişi sayısını göstermeli ve en azından temel konaklama ve yeme-içme, tur ve seyahat faaliyetleri, turizm yönetimi ve turist bilgilendirme hizmetlerini kapsamalıdır. Turizm türüne bağlı olarak, el sanatları üretimi, eğlence, rekreasyon, doğal parklar

<sup>191</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s.405.

ve tarihsel sitlerin korunması gibi daha özel sınıflandırmalar da yapılabilir. Tablo 3, işgücü planlaması konusunda model bir tablo sunmaktadır. Bu tabloya işlerle ilgili yetenek seviyeleri de eklenebilir <sup>192</sup>.

**Tablo 3. Model İşgücü Planlaması Tablosu**

| İŞ SINIFLANDIRMASI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Mevcut İstihdam | Yeni İşlerin Tahmini<br>2000 - 2005 | Personel Devir Faktörü | Toplam İşgücü İhtiyacı |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>KONAKLAMA VE YEME-İÇME SEKTÖRÜ</b><br>İdare<br>Müdür<br>Müdür Yardımcısı<br>Pazarlama Müdürü<br>Muhasebe Müdürü<br>Muhasebe Müdürü Y.<br>Sekreter<br>Resepsiyon/Ön büro<br>Ön Büro Müdürü<br>Resepsiyonist<br>Rezervasyon Memuru<br>Kasiyer<br>Santral Memuru<br>Kathizmetleri - Çamaşırhane<br>Kathizmetleri Müdürü<br>Kathizmetleri Müdürü Y.<br>Oda Hizmetçisi<br>Çamaşırhane Şefi<br>Çamaşırhane İşçisi<br>Restoran ve Bar<br>Restoran Müdürü<br>Şef Barmen<br>Restoran Müdür Y.<br>Şef Garson<br>Garson<br>Kasiyer<br>Barmen<br>Komi<br>Mutfak<br>Şef<br>Şef Y.<br>Aşçı<br>Aşçı Y.<br>Bakım ve Onarım<br>Mühendis<br>Baliçivan<br><b>TUR VE SEYAHAT</b><br>Acenta Müdürü<br>Şef Biletçi<br>Tur Programları Şefi<br>Satış Müdürü<br>Bilet Memuru<br>Tur Lideri<br>Tur Rehberi<br>Kasiyer<br>Şöför<br><b>TURİZM YÖNETİMİ</b><br>Turizm Direktörü<br>Pazarlama Müdürü<br>Planlama ve Gelişim Müdür<br>Halkla İlişkiler Memuru<br>Planlama Uzmanı<br>İstatistikçi<br>Tesis Standartları Uzmanı<br>Eğitim Uzmanı<br>Enformasyon Memuru |                 |                                     |                        |                        |

Kaynak: Edward INSKEEP, **Tourism Planning**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, s.407.

- ◆ **İnsan Kaynaklarının Değerlendirilmesi;** Günümüzde ve gelecekte, turizmde eğitilmiş yeterli temel işgücünün olup olmadığını belirlemek için genel insan kaynaklarının değerlendirilmesi gerekir. Gelecekteki toplam işgücü kaynaklarının belirlenmesi için nüfus tahminleri analiz edilmelidir. İşgücünün coğrafik dağılımı, cinsiyetler arası dağılımı, temel eğitim düzeyi, genç insan sayısı ve özellikle otel ve yiyecek servisi hizmetleri olmak üzere insanların turizmde çalışmaya yönelik tutumları, turizmde çalışan kadınlar üzerindeki sosyal baskılar bu değerlendirmede dikkate alınmalıdır. Böylelikle bu konulardaki kısıtların kaldırılması için öğrenim programları düzenlenebilir.
- ◆ **Öğrenim ve Eğitim Programlarının Formülasyonu;** Öğrenim ve eğitim programlarının formüle edilmesi için öncelikle iş sınıflandırmalarının her biri için iş tanımları ve personel nitelikleri yazılmalıdır. Bundan sonra istenilen nitelikte personelin sağlanması için gerekli eğitim programları belirlenebilir. İş tanımları; dil yeteneği ve sorumluluk gibi istenilen yeteneklere göre belirli bir şekilde yapılmalıdır.

Turizmin geliştiği bir alanda yapılan istihdam araştırmaları mevcut personelin eğitim ihtiyacını işaret edecektir. Yeni personel eğitiminin yanısıra, mevcut personelin kariyerinde ilerleme sağlanması ve bazı personelin istenilen standartlara getirilebilmesi için de eğitim ve öğrenim programları düzenlenebilir.

Kapsamlı bir öğrenim ve eğitim planında aşağıda belirtilen değişik öğrenim ve eğitim türleri dikkate alınmalıdır <sup>193</sup> :

- \* Oteller ve restoranlar gibi iş yerlerinde sağlanan iş başı eğitimi. Düşük yetenek düzeyi gerektiren işler için gerekli personel örgün bir eğitim olmadan iş başında eğitilebilir. Büyük oteller ve zincir oteller kendi özel ihtiyaçları için işgücü planlaması yapmakta ve kendi eğitim programlarını yürütmektedirler.
- \* İş yerlerinde ya da yerel eğitim kurumlarında yeni konuların öğrenilmesi ve mevcut yeteneklerin geliştirilmesi için turizmin değişik boyutları konusunda düzenlenen kısa kurslar verilebilir.
- \* Çok programlı meslek liselerinde bir, iki ya da üç yıllık turizm eğitimi programları düzenlenebilir.
- \* Otel, turizm ve ulaştırma yönetimi konularında üniversite diploması, lisans ve master dereceleri programları düzenlenebilir.

---

<sup>193</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 408 - 409.

- \* Turizm gelişimi örneği gösteren alanlara, otellere, turistik çekiciliklere ve turizm personeli ve idarecileri ile toplantılar için farklı yerlere çalışma turları düzenlenebilir.
- \* Akademik kurslar, çalışma turları ve iş başı eğitimi gibi özel hazırlanmış kurslar için öğrencilerin yabancı ülkelere gönderilmesi.
- \* Otel, yiyecek servisi hizmetleri, tur operatörlüğü ve turizm yönetimi gibi turizmin bütün boyutları ile ilgili kurslar.

#### **d. Bölgenin Toplumsal Yapısı**

Kültürel sistem; toplumun bütünü için geçerli olan, geçmişten miras kalan ve öğrenilebilir olan davranış kalıplarının toplamından oluşmaktadır. Dünya görüşü, dinsel inanç, ahlak anlayışı, tarih bilinci, milli duygular, gelenekler gibi değer ve normlar bütünü kültürel sistemi oluşturur. Sosyal sistem; toplumu oluşturan birey ve sosyal grupların diğer sosyal grup ve toplumla ilişkilerini içermektedir <sup>194</sup>.

Ülkelerin sosyal yapıları ve geçirdikleri sosyal aşamalar turistik hareketler üzerinde etkin sonuçlar doğurur. Toplum yaşantısından ve toplumsal düzenden gelen sosyal faktörlerin turizme etkisi, ülkelerin geçirdikleri sosyal aşamaların bir fonksiyonudur. Ülke ekonomisinin tarımsal karakterli olması, şehirleşmenin nispeten az olması, nüfus yoğunluğunun kırsal alanlarda yüksek olması, ülkenin demografik yapısı, okuma yazma oranı, kültür seviyesi gibi faktörler turizme toplumsal açıdan etki eder <sup>195</sup>.

Turizm ülkelerin sosyal yapı değişikliğinden kaynaklanan bir olay olduğu kadar, ülkelerin sosyal yapı değişikliklerine de sebep olabilmektedir. Bölgenin toplumsal yapısı araştırılarak toplumsal değerlerin belirlenmesi bölgesel turizm planlamasına hem çekiciliklerin geliştirilmesi açısından hem de turizmin olası etkilerini öngörme ve önlem alma açısından önemli veriler sağlayabilir.

#### **B. BÖLGENİN FİZİKSEL ALT-YAPISI**

Planlamada alt-yapı terimi; gelişim sisteminin etkin işlemlerini sağlamak için temel bir çerçeve oluşturan yer altındaki ya da yer üstündeki yapı anlamında kullanılmaktadır <sup>196</sup>. Turizmin başarılı bir şekilde gelişimi için yeterli alt-yapı kritik bir

<sup>194</sup> H. ERKAN ve C. ERKAN, a.g.e., Dipnot No:176, s. 59.

<sup>195</sup> H. OLALI ve A. TİMUR, a.g.e., Dipnot No: 138, s. 314.

<sup>196</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 119.

faktördür. Ulaştırma tesisleri ve hizmetleri, su sağlanması, elektrik enerjisi, sıvı ve katı atık sistemi ve iletişim; turizm gelişimi için tipik alt-yapı unsurlarıdır.

Bir alanın temel alt yapısı turistler için yapılsa bile bütün halka hizmet eder. Karşılıklı kullanım altyapısının maliyetini ödediği için bu turzmin sosyo-ekonomik faydalarından biridir <sup>197</sup>. Sadece turizm için de alt-yapı kurmak gerekebilir. Planlama sürecinin bir parçası olarak bütün alt-yapı türleri araştırılır ve gelişim önerebilmek ve mevcut kullanım staddartlarında yükseltme sağlayabilmek için alt yapı mevcut ve gelecek ihtiyaçlara göre değerlendirilir.

- **Ulaştırma Tesisleri ve Hizmetleri;** Bölgeye ulaşım ve bölge içindeki ulaşım sistemi ve değişik hava, kara ve su ulaşım araçları; ulaşım tesisleri ve hizmetlerinin en önemli unsurlarıdır. Bölgeye değişik yollardan ulaşılabilir. Turizm bölgelerinde seyahatin birinci ulaşım aracı havayoludur. Hava ulaşım tesisleri ve hizmetlerinin araştırma ve değerlendirilmesi havaalanlarının yeterliliği, genişliği, faaliyetlerin etkinliği, yolcu kabul kapasitesi, terminal tesislerinin bakım düzeyi, havaalanı pistinin sayısı, uzunluğu ve bakımlılık düzeyi, mevcut orijinler, uçuş sıklıkları, toplam yolcu kapasitesi, uçuş tehirlere veya iptallerine bağlı problemler, tesislerin iyileştirilmesine ve yolcu sayısının değişimine ya da büyütülmesine yönelik planlar, tarifeler, uçuş programları, havaalanına gelen ya da havaalanından giden uçuşların güvenlik kayıtlarının incelenmesini kapsar.
- **Su Arzı;** Su kaynağının bulunması ve sağlanması çok önemlidir. Mevcut su sistemlerinin gelecekteki turizm gelişimi için yeterli olup olmadığı değerlendirilir. Potansiyel kaynaklar; yeraltı suları, göller ve nehirlerdir. Alternatif su kaynaklarının gelişim maliyetleri değerlendirilir. Su kaynaklarına ilave olarak, suyun kalite düzeyi de değerlendirilir.
- **Elektrik Enerjisi;** Bütün turizm gelişimi türleri için elektrik enerjisi gerekmektedir. Elektrik enerjisinin varlığı, hizmetlerin güvenilirliği ve voltaj düzeni gözden geçirilir. Güneşle ısıtma sistemi araştırılır.
- **Kullanılmış Su Atık Sistemi;** Yer altı ve yer üstü sularının kirlenmemesi için kullanılmış su atık sistemi gereklidir. Merkezi toplama ve arıtma sisteminin kapasitesi ve kalite düzeyi mevcut ve gelecekteki yeterliliğine göre incelenir. Merkezi sitem yoksa diğer sistemler incelenir. Yetersiz ise öneri yapılır. Uygun atık sistemi gelişim çevresinin durumu ve ölçeğine bağlıdır.

---

<sup>197</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 120.

- **Katı Atık Sistemi;** Çevre problemlerinden korunmak için katı atık sistemi tüm tesislerin planlanmasında dikkate alınır. Böyle bir sistemin mevcudiyeti ve yeterliliği incelenir.
- **İletişim - Haberleşme;** İletişim; özellikle iş amaçlı turizm olmak üzere turizm için önemli bir alt yapı unsurudur. Konaklama faaliyeti, tur hizmetleri ve turistler için gereklidir. Varlığı, güvenilirliği, mevcut ve gelecek kullanım için yeterliliği incelenir.
- **Drenaj;** Toprak erozyonunu ve sel felaketlerini önlemek için kanallara ihtiyaç vardır. Mevcut drenaj durumu incelenir ve öneriler geliştirilir.

Alt-yapı unsurlarında turizm gelişimine engel olabilecek herhangi bir eksiklik belirlendiğinde bunları iyileştirme önerileri hazırlanır.

#### 2.2.1.2.2. TURİZM TESİSLERİ VE HİZMETLERİ

Planlama sürecinin araştırma ve değerlendirme evresinin bir parçası olarak mevcut her türlü tesis ve hizmet türü ve boyutu, şimdiki ve gelecekteki turizm gelişimine uygunluğuna göre araştırılıp değerlendirilir. Bu araştırma ve değerlendirme mevcut tesisler ve hizmetlerin geliştirilmesi ihtiyacının önerilmesine zemin yaratır. Aynı zamanda mevcut durum fiziksel planın formülasyonunu da etkileyebilir <sup>198</sup>.

Uluslararası kabul görmüş standartlara ve hedeflenen turist pazarlarına göre araştırma ve değerlendirme ölçütleri oluşturulur. Değerlendirmede en önemli faktör; tesislerin ve hizmetlerin her kalite düzeyinde ele alınmasıdır.

Hijyen ve güvenlik standartları dikkatli bir şekilde değerlendirilir. Tesislerin ve hizmetlerin envanterinin çıkarılması ve değerlendirilmesi için alan araştırması yapılmalı ve bu araştırmada; oteller, tur operatörleri ve seyahat acentaları, önemli restoranlar ve diğer turizm işletmesi yöneticileri, özel sektör turizm dernekleri yöneticileri ile turizm ve turizmin unsurlarının nasıl geliştirileceği konusunda kişisel görüşme gereklidir. Bu görüşmeler aynı zamanda pazar analizleri için mevcut pazarlar konusunda veriler de sağlar. Onaylanmış ve önerilen tesisler ve hizmetler de araştırılır. Tesislerin yeri ve özellikleri harita ve tablolar ile belirtilir.

- **Konaklama;** Konaklama; bir bölgede mevcut ya da planlanmış bir çok konaklama türü bulunabilir. Tesislerin sınıflandırılmasında kullanılan terminoloji uluslararası kabul görmüş tanımlar ve yerel olarak kabul edilen kullanımların bir birleşiminden oluşmalıdır. Konaklama araştırması;

\* bütün konaklama türlerini,

<sup>198</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 111.

- \* yerlerini,
- \* oda sayısını,
- \* kalite düzeyini,
- \* sunulan olanak ve hizmetler gibi özelliklerini,
- \* oda fiyatlarını,
- \* ortalama yıllık doluluk oranlarını,
- \* mevsimsel dalgalanmaları kapsamalıdır.

Değerlendirme; binanın fiziksel yapısının yanısıra tesislerin türü ve sunulan hizmetler ve kalite seviyesini de kapsamalıdır. Bir otel mükemmel bir fiziksel tesise sahiptir ancak kötü kalitede hizmet sunabilir. Otellerin sınıflandırılması sisteminin ciddi bir şekilde uygulandığı varsayılırsa bu sınıflandırma da kabul edilebilir. Otel sınıflandırma sistemine göre bütün konaklama türleri belirlenmelidir.

- **Tur Operatörlüğü;** Tur operatörlüğü faaliyetleri aşağıdaki faktörlere göre araştırılıp değerlendirilebilir ve ihtiyaçlar belirlenir:

- \* yerel tur programları,
- \* biletçilik,
- \* otel rezervasyonları,
- \* araba, bisiklet ve motorsiklet kiralama faaliyetleri,
- \* rehberlik hizmetleri,
- \* yabancı dil yeterliliği.

Sunulan yerel turlar, programları ve fiyatlarına göre değerlendirilir. Tur arabalarının güvenilirliği ve otobüslerin kalitesi incelenir. Özel ilgi turları incelenir. Tur operatörlüğü, seyahat acentası ve turist rehberliği için belge alma, tur rehberlerinin belirli standartlara uyması gibi mevcut yasal düzenlemeler incelenir.

- **Yeme-İçme Tesisleri;** Otele bağımlı ya da bağımsız olsun turistler tarafından kullanılan restoranlar, barlar ve diğer yeme-içme işletmelerinin envanteri çıkarılıp değerlendirilir. Bu değerlendirmede aşağıdaki faktörler dikkate alınabilir <sup>199</sup> :

- \* sunulan mutfak tipi ve çeşidi,
- \* yiyecek ve içecek servisinin kalitesi,
- \* yiyecek ve içeceklerin fiyat seviyesi,
- \* sağlanan hijyen seviyesi,
- \* fiziksel çekiciliği ve konfor düzeyi,
- \* konaklama tesisleri ve tur güzargahlarına göre tesislerin yerleşimi.

---

<sup>199</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 116.

- **Turisti Bilgilendirme;** Genellikle Turizm Bakanlığı tarafından sağlanmakla birlikte, mevcut basılı materyalin uygunluğu ve türü, bölgeye seyahat ve seyahatin maliyeti hakkında rehber kitaplar ve bilgi varlığının yanı sıra otellerin, tur operatörlerinin ve seyahat acentalarının sundukları turist bilgilendirme hizmetleri araştırılır aşağıdaki faktörlere göre değerlendirilir:
  - \* yer uygunluğu,
  - \* ulaşım uygunluğu,
  - \* yeterlilik,
  - \* bilgi,
  - \* nezaket,
  - \* personelin yabancı dil yeteneği.
- **Alış-veriş ve Kişisel Hizmetler;** Hediyelik eşya satan alış-veriş tesisleri bir çekicilik olmalarının yanı sıra bir hizmettir. Değerlendirme aşağıdaki niteliklere göre yapılabilir:
  - \* mal ve hizmetlerin varlığı,
  - \* yeri ve ulaşım kolaylığı,
  - \* fiyat düzeyleri.

Yukarıda, turistik tesisler ve hizmetlerin belirli faktörlere göre değerlendirilebileceği vurgulanmıştır. Ancak, değerlendirme faktörlerinin bunlarla sınırlı kalamayacağı açıktır. Mevcut durum değerlendirilirken kullanılan bu ölçütlere, amaç, politika ve strateji belirlendikten sonra başka kriterler de eklenebilir. Örneğin; turizmin bölge üzerindeki ekonomik etkilerinin artırılması hedeflendiğinde, konaklama tesislerinin sahiplerinin yerli mi yabancı mı olduğu, tur operatörlerinin yerel rehberleri kullanma düzeyi, yiyecek - içecek hizmetlerinde yerel mutfağa ne kadar yer verildiği, alış-veriş mağazalarında yerel el sanatlarının satılma düzeyi gibi başka değerlendirme faktörleri de dikkate alınabilir.

Turist bilgilendirme hizmetleri, turizm talebi ülkelere göre belirlendiğinde, pazar ülkelerinin konuştuğu dilin turist bilgilendirme bürolarında çalışan kişiler tarafından ne ölçüde bilindiği, bu dillerde hazırlanmış broşürler olup olmadığı gibi faktörler de değerlendirme konusu olur. Diğer taraftan, eğer sorumlu bir turizm geliştirilmek isteniyorsa, tur operatörleri ve seyahat acentalarının seyahat öncesinde turizm bölgesinin doğal, sosyal ve kültürel özellikleri konusunda ziyaretçilere yeterli düzeyde bilgi verip vermedikleri değerlendirme faktörlerinden biri durumuna gelebilir. Planlama sürecinin aşamaları arasında sürekli geribildirim bulunması gerekir ve bu tür düzenlemeler geri bildirim mekanizması ile sağlanır.

### 2.2.1.2.3. BÖLGENİN TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERİ

Turizm sisteminin faaliyetlerinin devamı için bütün elemanları önemli olmasına rağmen çekicilikler sistemi harekete geçiren gücü sağlarlar. Ticari hizmetler ve tesislerden sağlanan ekonomik etki, turizm bölgesinin turistleri çekebilme açısından sahip olduğu çekim gücüne dayanır. Bu nedenle, turizm gelişimi için çekiciliklere planlamada öncelik verilir <sup>200</sup>.

Yeterli düzeyde çekicilik olmadığı zaman özellikle rekreatif turizmin geliştirilmesi mümkün olmayabilir. Planlanan bölgenin ne tür çekiciliklere sahip olduğu ve çekiciliklerinin özellikleri; ne tür çekicilik kaynaklarını geliştirebileceği ya da koruyacağını, çekicilik kaynaklarına dayalı olarak hangi turistik faaliyetleri geliştirebileceği ya da birleştirebileceği turistik alt ( fiziksel ve kurumsal) ve üst yapının şeklini ortaya koyar.

Bölgesel turizm planlaması açısından mevcut çekiciliklerin ve çekicilik kaynakları tanımlanır, özellikleri belirlenir ve politika ve stratejilere ışık tutacak şekilde belirli kriterlere göre değerlendirilir.

#### ♦ *Çekiciliklerin Sınıflandırılması;*

Turizm planlamasında önemli olan; turistlere uygun çekiciliklerin kapsamının en geniş şekilde belirlenmesidir. Çekiciliklerin kapsamı; çok çeşitli ve yaygın bir dağılım içerir. Neredeyse hesaplanamayacak kadar geniş olan bu kapsam; turizm politikasının belirlenmesinde planlamacının görevini daha karmaşık hale getirir. İlgili değişkenlerin çokluğu nedeni ile turistik çekiciliklerin geliştirilmesinde akılcı bir seçimin yapılabilmesi; politikacılar, planlamacılar, yatırımcılar ve yöneticiler için ortak ve zor bir görevdir <sup>201</sup>. Bu zor görevi kolaylaştırmanın yollarından biri çekiciliklerin sınıflandırılmasıdır.

Verilerin toplanabilmesi için çekicilikler ve pazarlar ayrı ayrı incelenmesine rağmen turizmin başarılı olabilmesi için çekicilikler ve faaliyetlerin turizm pazarları ile uyum içinde olması gerekir. Turizm çekiciliklerinin araştırılması ve değerlendirilmesi için turizm çekicilikleri türlerinin anlaşılması önemlidir. Çekiciliklerin; analiz için nasıl sınıflandırılacakları düşünülmelidir. Turizm çekicilikleri; hepside mantık temeline dayalı olarak değişik yollardan sınıflandırılabilir. Ancak, bölgenin

<sup>200</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 107.

<sup>201</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 112.

genel özellikleri dikkate alınarak bir sınıflandırma yapılması gereksiz veri toplama, zaman ve para harcama gibi olumsuzluklardan kaçınılmasını sağlayabilir.

GUNN, çevre turları ve uzun süreli kalış sağlayan çekicilikler olmak üzere; iki turizm türüne dayalı bir sınıflandırma yapmaktadır (Tablo 4). Birincisi; tur talebi yaratan ve tekrar tekrar kullanılmayan çekicilikler. İkincisi; aynı ziyaretçiler tarafından tekrar tekrar kullanılma olasılığı yüksek olan, bir yerde uzun süre kalmayı gerektiren ve bir bölge ya da civarında toplanmış olan çekiciliklerdir <sup>202</sup>.

**Tablo 4. Çekiciliklerin Sınıflandırılması**

| TUR YARATAN ÇEKİCİLİKLER          | KALIŞ YARATAN ÇEKİCİLİKLER    |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| Yol kenarındaki manzaralı alanlar | Resortlar                     |
| Önemli doğal alanlar              | Kamp alanları                 |
| Kamp alanları                     | Avcılık ve su sporu alanları  |
| Su tur alanları                   | Tatil kompleksleri            |
| Arkadaş ve akraba evleri          | Festival ve kutlamalar        |
| Özgün yapılar                     | Kongre ve toplantı yerleri    |
| Dini ve kültürel yerler           | Kumar merkezleri              |
| Yiyecek ve eğlence yerleri        | Spor arenaları                |
| Tarihi binalar ve alanlar         | Ticaret alanları              |
| Etnik alanlar                     | Bilim ve teknoloji merkezleri |
| Alış-veriş alanları               | Eğlence parkları              |

Kaynak: Clare A. GUNN, **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor & Francis, New York, 1988, s. 113.

Benzer bir sınıflandırma ise birincil ve ikincil turizm bölgesi sınıflandırmasıdır. Birincil turizm bölgeleri uzun süreli konaklama yaratırken, ikincil turizm bölgeleri seyahatler esnasında mola amacı ile kullanılmaktadır. Ancak, bir bölgenin birincil ya da ikincil turizm bölgesi olması pazar bölümlerine göre değişebilmektedir <sup>203</sup>.

Bu sınıflandırmalar; turizm bölgesinde ziyaretçilerin kalış sürelerini uzatmaya çalışan planlamacıya önemli bilgiler sunmaktadır. Ziyaretçinin bölgede uzun süre konaklamasını sağlayacak çekicilikleri olmayan, ancak gününbirlik geziler yaratabilecek çekiciliklere sahip bazı bölgeler, bu çekicilikleri yukarıda sayılan çekiciliklere benzer çekicilikler geliştirerek desteklemelidir. Bu yapılmadığı zaman kalış süresini uzatma çabaları umutsuz kalabilir.

<sup>202</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 113.

<sup>203</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 265.

E. INSKEEP ise turistik çekicilikleri; dayalı oldukları kaynaklara göre aşağıdaki gibi üç grupta sınıflandırmaktadır <sup>204</sup>.

- \* Doğal çevre özelliklerine dayalı doğal çekicilikler.
- \* İnsan faaliyetlerine dayalı kültürel çekicilikler.
- \* Sanatsal olarak yaratılan özel tür çekicilikler.

Çekiciliklerin bu şekilde kaynaklarına dayalı olarak sınıflandırılması, bölgenin kaynakları konusunda bilgi sahibi olan araştırmacıya ne tür çekiciliklerin planlanabileceği konusunda önemli ipuçları vermesinin de ötesinde geliştirilebilecek uygun turizm türünü de işaret edebilir.

Turizm çekicilikleri ile ilgili önemli bir yaklaşım da turizm çekicilikleri ile uygun turizm türlerinin ilişkilendirilmesidir. Çekiciliklerin türü; pazar tiplerini, hangi pazarın hedefleneceğini, kullanılacak turizm tanıtımı yaklaşımını belirlerken, turizm pazarı da ne tür çekiciliklerin geliştirileceğini belirler. Ürün eğilimli bir yaklaşım ya da politika; turizm bölgesinin özgün çekiciliklerine bağlıdır. Ekonomik gelişme ve koruma dengesini sağlama kapsamı içinde çoğu kez ürün eğilimli ve pazar eğilimli yaklaşımların birleşimi kullanılır <sup>205</sup>.

Diğer bir yaklaşım ise turizm kaynaklarının turistik rekreatif faaliyetlerle ilişkilendirilmesidir. Kaynaklara dayalı olarak turizm bölgesinde yapılabilecek rekreatif faaliyetlerin kaynaklarla ilişkili olarak sınıflandırılmasıdır. Ontario'daki Collingwood - Midland - Orillia alanı için hazırlanan turizm gelişim planından alınan Tablo 5, turist pazarlarını da dahil ettiği için bu yaklaşıma iyi bir örnektir <sup>206</sup>.

Bölgede yapılan ve turistinde ziyareti sırasında yapmaktan hoşlanacağı faaliyetlerin bir listesinin de çıkarılması önemlidir. Faaliyetler turistlerin ziyaretleri boyunca yapmaktan hoşlanabilecekleri her faaliyeti kapsamalıdır. Manzara seyretmekten alışverişe, açık hava rekreasyonuna kadar bütün faaliyetler listelenmelidir. Bu tür bir çaba; mevsim dışı faaliyetleri gösterebilir ve yeni pazarlara girmeye yardımcı olabilir.

#### ◆ **Çekiciliklerin Değerlendirilmesi;**

Çekicilikler sınıflandırıldıktan sonra bilgi toplanılacak özellikleri ve değerlendirme kriterleri hazırlanmalıdır. Belirlenen kriterlere göre yapılacak değerlendirmede sayısal tekniklerin yanısıra niteliksel teknikler de kullanılabilir. Turizm kaynaklarını değerlendirmede çok çeşitli faktörlerin hesaba katılması gerekmektedir.

<sup>204</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 77.

<sup>205</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 76.

<sup>206</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 374.

**Tablo 5. Rekreatasyon Fırsatları ve Pazar İlişkileri**

| Rekreasyon Fırsatları        | Rekreatif Faaliyetler                                                                                           | Mevcut Pazarlar |   |   |   | Arzu Edilen Pazarlar |   |   |   | Potansiyel Pazarlar |   |   |   |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---|---|---|----------------------|---|---|---|---------------------|---|---|---|
|                              |                                                                                                                 | 1               | 2 | 3 | 4 | 1                    | 2 | 3 | 4 | 1                   | 2 | 3 | 4 |
| <b>Doğal Kaynaklar</b>       |                                                                                                                 |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Su Temeline Dayalı           | -Bot ile Gezinti<br>-Yüzmek<br>-Sörf Yapmak<br>-Kano ile Gezinti<br>-Balık Avlamak<br>-Suda Kaymak<br>v.b.      |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Toprak Temeline Dayalı       | -Karda Kaymak<br>-Avlanmak<br>-Kampçılık<br>-Dağa Tırmanmak<br>-Mağara Gezintisi<br>-Bisiklet Sporlu<br>v.b.    |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Toprak ve Su Temeline Dayalı | -Doğal Güzellikleri<br>Seyretmek<br>-Fotoğraf Çekmek<br>-Resim Yapmak<br>vb.                                    |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Hava Temeline Dayalı         | -Balonla Gezinti<br>-Paraşütçülük<br>vb.                                                                        |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| <b>İnsani Kaynaklar</b>      |                                                                                                                 |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Doğal Kaynak Fırsatları      | -Doğal Park Alanları<br>-Av Çiftlikleri<br>(Ulusal e Bölgesel)                                                  |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Tarihsel Kaynak Fırsatları   | -Tarihsel Parklar ve Sitler<br>-Arkeolojik Çekicilikler                                                         |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Kültürel Kaynak Fırsatları   | -Yerleşim Merkezleri<br>Şehirler<br>Kasalar<br>-Kültürel Çekicilikler<br>Festivaller<br>El Sanatları<br>Müzeler |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |
| Eğlence Tesisleri            | Konaklama<br>Eğlence<br>Resortlar<br>Seyahat<br>Tur<br>Yat Limanı                                               |                 |   |   |   |                      |   |   |   |                     |   |   |   |

Kaynak: Robert Christie MILL and Alastair M. MORRISON, *The Tourism System*, Second Edition, Prentice Hall International, Inc. 1992, s. 375.'den uyarlanmıştır.

1. Yerel Pazarlar 2. Bölgesel Pazarlar 3. Ulusal Pazarlar 4. Uluslararası Pazarlar

Değerlendirilecek faktörlerin her birinin önemi geliştirilecek turizm türüne, gelişmenin yapısına ve gelişme aşamasına bağlı olarak durumdan duruma değişiklik gösterebilir. Çekiciliklerin değerlendirilmesinde kullanılabilecek başlıca kriterler iklim, yer ve ulaşılabilirlik, taşıma kapasitesi, turistik önem ve tanınırlık faktörleridir.

**\* İklim;**

Yer seçiminde bir tercih faktörüdür. İklim nedeni ile sezonun kısa olması kısıtlayıcı, uzun olması ise değer kabul edilir. Seçilecek turizm türünü belirleyen en önemli faktördür. İklimdeki değişiklikler ve iklimin mevsimlere göre durumu turizm faaliyetlerinin düzenlenmesinde son derece önem taşımaktadır. Yıl boyunca güneşli ve ılık bir iklim en önemli çekiciliktir. Bununla birlikte, farklı rekreasyon faaliyetleri için uygun iklimik koşullar ancak belirli mevsimler süresinde gerçekleşir. Mevsimlik olma derecesi, söz konusu alanın karlılığı üzerinde de belirgin bir etki yapmaktadır. Turizm mevsiminin süresini belirlemesi nedeni ile yapılacak yatırımların karlılığını doğrudan etkiler. Kıyı sayfiyelerinde güneşli günler, kış sporları merkezlerinde karlı günler ve kar kalınlığı birinci derecede önem taşıyan faktörlerdir. Turizm açısından geliştirilmesi düşünülen alanın seçimi ve planlanmasında güneşlenme süresi, yağışlı günler sayısı, deniz suyu sıcaklığı ve benzerleri gözönünde tutulması gereken iklim elemanlarıdır.

Güneşe açık olma, çok güneşli yerlerde güneşten korunma, çok rüzgarlı yerlerde rüzgardan korunma gibi mikroklimatik koşullar binaların yer seçimini etkiler. Yağışlı mevsimler ve sert kış koşulları gibi mevsimlik iklimik koşullar inşaat sırasında süreyi uzatarak, çok soğuk ya da sıcak havalarda merkezi ısıtma ya da soğuk havalandırma gerektirerek maliyetleri artırıcı etki yaparlar.

**\* Çekiciliklerin yeri ve ulaşılabilirliği;**

Turizm gelişimi için potansiyel yer seçiminin değerlendirilmesinde önemli faktörlerdir. Birbiriyle bağlantılı iki erişilebilirlik sözkonusudur. Fiziksel erişilebilirlik ve pazar erişilebilirliği. Birincisi; demiryolu, karayolu gibi yolların yerleşimine ve havaalanlarının yakınlığına bağlıdır. Bu tür altyapıların yapımı pahalı ancak varlığı ya da yokluğu turizm gelişimi açısından çok önemlidir. Fiziki erişilebilirlikte turizm bölgesine dışarıdan erişme yanında bölge içinden bir yerden diğer bir yere erişilebilirlikte söz konusudur. Seyahatin süresi, maliyeti ya da mesafesi ile ölçülebilecek olan pazara yakınlık erişilebilirliğin diğer bir açıklamasıdır.

Ulaşılabilirlik; zaman, uzaklık, maliyet ve aktif dış turizm kapsamında ülkeye giriş izinlerinin kolay alınıp alınmadığı ile ilişkilendirilerek değerlendirilmektedir.

Planlamada çekiciliğin yeri önemli bir faktördür. Yatırım ve işletme aşamasında; teşviklerden yararlanma, belediye hizmetleri, personel temini ve benzeri bir çok faktör nedeni ile çekiciliğin konumu önemlidir. Turistik çekiciliğin ülke içinde hangi coğrafi bölge içinde yer aldığı ve bölge içinde belediye ve idari merkeze yakınlığı dikkate alınmalıdır.

Çekiciliklerin yerleşimi; pazarlar açısından uzaklık, zaman ve fiyat bakımından kolay ulaşım, turizm bölgesinde hizmet merkezi görevini üstlenen şehirlere ve kasabalara yakınlık ve çekiciliğin kaynağının temeline yakınlık olarak üç önemli faktör ile değerlendirilebilir<sup>207</sup>.

Pazar kaynaklarının çekiciliklere hava, kara ve deniz yolu ile ulaşımı çekiciliğin konumu açısından önemli bir faktördür ve çekiciliğin ulaşılabilirliği kullanım düzeyini belirler. Bunun anlamı her ne kadar çekicilikler önemli olsalar bile ulaşılmayan çekiciliklerin turist akımını sağlayamayacaklarıdır. Bölgeye yönelik yollar haritaladığında geliştirilebilecek olası çekicilikler hakkında bir çok bilgi sağlayabilir. Bölgenin ulaşılabilirliği turizm bölgesinin potansiyelini ortaya koyar. Planlanan bölgeye yönelik ve planlanan bölge içindeki ulaşım ağının haritalanması, yollara yakınlığı bakımından hem hangi çekiciliklerin daha kolay geliştirilebileceğine hem de turistik önemi olan hangi çekiciliklerin yol ihtiyacı olduğu ortaya koyar.

Hizmet merkezlerine olan yakınlık da çekiciliğin kuruluş yerini etkileyen bir faktördür. Ziyaretçiler tarafından aranan hizmetlerin çoğu şehirlerde yaşayan kişiler tarafından da kullanılır ve bunun sonucu şehir alanlarına yakınlık çekiciliklerin kullanımı açısından önemli hale gelir. Haritalama metodu ile bu ilişki durumunun tespit edilmesi kolay bir yoldur.

Kaynakların miktarı ve kalitesi de diğer bir faktördür. Çekiciliğin ekonomik ve karlı bir şekilde geliştirilip korunamayacağı nitelik ve miktardaki kaynakların geliştirilmemesi gerekir. Yeterli nitelikte kaynağa sahip alanlar çekicilik merkezi olarak belirlenmelidir. Bu üç faktörün bir araya gelmesi güç olmakla birlikte, planlama faaliyeti bu üç faktörü bir araya getirebilirse işlevini tamamlayabilir. Turizm bölgesi içinde yeri belli çekicilikler harita üzerinde işaretlenmeli ve daha sonra ulaştırma sistemi ile ilişkilendirilmelidir.

<sup>207</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 119 - 120.

**\* Turistik önem ve tanınma;**

Turistik çekiciliklerin değerlendirilmesinde diğer önemli bir faktördür. Çünkü; bütün çekicilikler aynı öneme sahip değildir. Bazı çekicilikler pazar ilgisi ve gerçek değerlerinden dolayı ziyaretçiler için diğerlerinden daha önemlidir <sup>208</sup>. Bazı çekicilikler daha popüler ve tanınmış olabilir. Gerçek bir çekicilik değeri olmasına rağmen yeterince tanınmayan çekicilikler de olabilir. Bu nedenle çekiciliğin tanınma faktörü çekiciliklerin değerlendirilmesinde önemli bir kriterdir.

Yerel halkın çok önemli çekicilik olarak inandığı bazı faktörler turistler için bir çekicilik unsuru olmayabilir. Yerel halkın önemli bir çekicilik olarak görmedikleri bazı değerler ise aslında önemli çekicilik olabilir. Bu nedenle, alanın özgün doğal ve kültürel özellikleri olan çekiciliklerin seçimi ve değerlendirilmesi mevcut ve potansiyel turizm pazarları ile ilişkili olarak yapılmalıdır <sup>209</sup>.

Çekiciliklerin değerlendirilmesi bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde önemlerine göre yapılmalıdır. Fransa'nın merkezindeki Auvergne bölgesinde bu tür bir sınıflandırma yapılmaktadır <sup>210</sup>:

A sınıfı: Ulusal ve uluslararası önemi olan çekicilikler.

B sınıfı: Bölgesel ve ulusal önemi olan çekicilikler.

C sınıfı: Sadece bölge için önemi olan çekicilikler.

Bu tür bir sınıflandırmanın pazarlama açısından büyük önem taşıdığı açıktır. Hedef kitlenin ve mesajın seçiminde, tanıtımın boyutunda önemli bir ölçüttür.

**\* Taşıma kapasitesi;**

Çekiciliklerin değerlendirilmesinde diğer bir önemli faktördür. Bazı çekicilikler; hassas olmalarından dolayı aşırı ziyaretçi kullanımına dayanamazlar ve korunmaları için özel önlemleri gerektirirler. Çekiciliklerin ekolojik durumu göz önüne alınmalı ve sürekli izlenmelidir. Taşıma kapasitesi değerlendirme kriteri ile gelişimin ve kullanımın boyutunun hesaplanması mümkün olabilir. Bir çekiciliğin geliştirilip geliştirilmeyeceği, tanıtım çabalarında ne kadar öne çıkarılacağı ya da tanıtılmayacağı taşıma kapasitesi ile doğrudan ilgilidir. Çekiciliklerin taşıma kapasitesi ağırlanabilecek turist sayısını da belirler. Bu nedenle; çekicilikler sınıflandırıldıktan sonra taşıma kapasitesi kriteri ile değerlendirilmelidir.

Çekiciliklerin taşıma kapasiteleri; fiziksel, sosyal ve yönetim kapasitesi olmak üzere üç grupta toplanabilir <sup>211</sup>:

<sup>208</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 115.

<sup>209</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 75.

<sup>210</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 374.

1. İnsanların ziyaretleri ve kontrolsüz kullanım sonucu fiziksel çevrenin bozulması.
2. Ev sahibi - ziyaretçi ilişkisi ve kalabalık sonucu oluşan sosyal rahatsızlık.
3. Çekiciliklerin yönetiminde bütçe ile kısıtlı kapasite.

**\* Özgünlük;**

Özgünlük; çekiciliğin olağan dışı ve diğerlerinden farklı olması durumudur. Turistlerin gidebilecekleri bir çok alternatif turizm bölgesi vardır. Aynı ulaşılabilirlikteki değişik yerlerde çekicilikler bulunabilir. Çekicilikler birbirine benzer ya da aynı iseler, fiyatlar rekabette en önemli faktör haline gelir. Çekicilik olağan dışı ve farklı ise rekabet azalır ve daha bilinçli fiyatlandırma yapılabilir. Çekiciliklerin seçiminde özgün olmalarına dikkat edilmelidir.

Çekiciliklerin planlanmasında dikkate alınması gerekli olan konular aşağıdaki gibi sıralanabilir <sup>212</sup>:

1. Bir çok çekiciliğin geliştirilebilmesi doğal ya da kültürel kaynak temeline dayanmaktadır.
2. Dayandığı kaynakların ve pazarların değişmesine dayalı olarak zaman içinde çekicilikler değişebilir.
3. Tur yaratan çekicilikler ve konaklama yaratan çekicilikler birbirinden farklıdır. Konaklama yaratan çekicilikler kaynaklara daha bağımlı olduğu için arazi kullanımında farklı yaklaşım gerektirirler.
4. Çekiciliklerin çeşitlilik ve kalitesi; kamu, özel sektör ve özel kurumlarının sunduğu fırsatlarla sağlanır. Motivasyonları farklı olmakla birlikte amaçları ziyaretçilerin tatmin edilmesidir. Bu nedenle, özel sektör ve kamu kurumları arasında işbirliği aranmalıdır.
5. Çekiciliklerin dağılımı her bölge içinde homojen değildir. Bu nedenle, turist gönderen yer ile turizm bölgesi arasındaki ulaşımın durumu dikkate alınmalıdır. Çekiciliklerin hizmet merkezleri olan şehirlerle ilişkilendirilmesi gerekir. Şehirlere uygun mesafe uzaklıktaki çekicilik kaynakları uygundur.
6. Kırsal alanlar kadar şehir alanları da turistler için bir çekim ve hizmet merkezidir.
7. İyi planlama, düzenleme ve yönetim ile çekiciliklerin taşıma kapasiteleri problemi önlenabilir ancak kesin sınırların da bilinmesi gerekir. Fiziksel, sosyal ve yönetsel taşıma kapasitesi sınırları dikkate alınmalıdır. Turistik yoğunluğun mekana yayılması çabası; kapasite problemlerini azaltabilir ancak başta alt yapı hizmetleri

---

<sup>211</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 122.

<sup>212</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 123 -124.

olmak üzere bir çok ekonomik problemleri de beraberinde getirebilir. Kapasite konusunda her turistik bölge kendi koşulları altında değerlendirilmelidir.

8. Çekicilikler arasında bütünleştirme sağlanması çekim gücünü artırabilir.

Özet olarak, bölgenin kaynakları alt-yapı (kurumsal ve fiziksel) , turizm tesisleri ve hizmetleri ve turizm çekicilikleri olarak sınıflandırılabilir. Bu kaynaklar envantleri çıkarılarak tanımlanmalı ve yukarıda belirtilen özelliklerine göre değerlendirilmelidir.

### **2.2.1.3. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARI VE REKABET ANALİZİ**

#### **2.2.1.3.1. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARININ ARAŞTIRILMASI**

Bölgenin turizm kaynaklarının bir listesinin çıkarılıp değerlendirilmesinden sonra, bölgeye yönelik mevcut turizm talebi ve potansiyel turizm talebi belirlenmeli ve değerlendirilmelidir. Diğer bir deyişle, bölgenin turizm pazarları araştırılmalıdır.

Pazar araştırmaları ile mevcut ve potansiyel pazarlar yani ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin sosyo-ekonomik ve psikolojik özellikleri, değişik ürünlere ve tanıtım programlarına tepkileri, zamanları ve paralarını harcama şekilleri, tutumları, düşünceleri, fikirleri, bilgi ihtiyaçları, turistik tesisler ve olanakları değerlendirmeleri, turistik bir mekan olarak bölgeyi nasıl algıladıkları, seyahate çıkma kararını nasıl aldıkları, seyahat üzerindeki engeller, geldikleri coğrafik alanların belirlenmesi, ulaştırma aracı, kalış süresi, kullanılan konaklama türü gibi seyahatin özellikleri ve harcama miktarları gibi bilgiler elde edilir.

Bu bilgiler ise yeni tesislerin ve pazarların geliştirilmesinde, pazar payının artırılmasında, tanıtım ve reklam programlarının oluşturulmasında ve pazarlama stratejilerinin etkinliğinin değerlendirilmesinde, ekonomik etki analizlerinde, bilgi materyalleri ve dağıtımının değerlendirilmesinde kullanılır.

Pazarlamacılar için pazar, üreticilerden çok tüketicilerin özelliklerini taşıyan bir kavram olarak kabul edilir <sup>213</sup>. Pazar analizinde ilk adım bölgeye yönelik turizm talebinin tanımlanmasıdır. Geçmiş ve mevcut turizm hareketlerinin araştırılması; pazar analizlerine önemli girdi sağlar. Bu araştırmalar; aktif dış turizm talebi ve iç turizm talebi düzeyinde yapılır, ilgili olduğu yerde, yerli halkın şimdiki ve gelecekteki turizm çekicilikleri, tesisleri ve hizmetlerini kullanımlarını da kapsar. Veriler eksiksiz bir şekilde mevcut değilse, en iyi değerlendirme için alan araştırması yapılır. Pazar

---

<sup>213</sup> Orhan İÇÖZ, **Turizm İşletmelerinde Pazarlama : İlkeler ve Uygulamalar**, Anatolia Yayıncılık, Ankara,1996, s. 5.

araştırması aynı zamanda pazar ülkelerindeki ve turizm bölgesindeki tur operatörleri ile görüşmeleri de kapsar <sup>214</sup>.

Turizm pazarlarının analizinde ve turizm pazarları arasından bir seçimin yapılmasında pazar bölümlenmesi; evrensel olarak kabul gören bir yoldur. Benzer ihtiyaçlara, isteklere ve özelliklere göre insanların gruplandırıldığı pazar bölümlendirmesi süreci; mevcut ve olası turistlerin nasıl gruplandırılacağına (pazar bölümlenmesi) karar verilmesi ve bunlar arasından belirli bir grubun seçilmesi (hedef pazarlar) evrelerinden oluşur <sup>215</sup>.

Pazar bölümlenmesinin amacı talebi analiz etmektir. Turizm pazarı bölümlendirilmesi hem turizm bölgesinin turistik ürün özelliklerine hem de turistlerin özelliklerine göre yapılır. Aynı ve benzer ihtiyaçları olan turistler bir arada gruplandırılır. Böylece, turizm bölgesi için en uygun hedef pazar belirlenir ve çabaların bu kitle üzerine yoğunlaştırılması ile turizm bölgesinin faaliyetleri daha verimli duruma gelir <sup>216</sup>.

Turizm bölgesi, turizm pazarlarını bölümlendirmeli ve hizmet edilebilecek en iyi hedef pazarı seçerek, bölgedeki turizm işletmelerini bilgilendirmelidir. Turizm bölgesi mevcut bir pazara sahip olsa bile, yeni çekicilikler ve tesislerin planlanması ve mevcut pazarındaki değişimleri izlemek için pazar potansiyeli araştırılmalıdır.

Turistik çekiciliklerin, alt-yapının, tesislerin ve hizmetlerin planlanması ve pazarlanması açısından pazar araştırması aşağıdaki konularda veri sağlar <sup>217</sup>:

- \* Turizmin genel büyüme düzeyinin bir göstergesi olarak geçmiş ve mevcut yıllık turist varışları, varışların aylık ve mevsimlik dalgalanmaları;
- \* Aktif dış turizm için turistlerin ulusu ve vatandaşlığı, iç turizm için bölge ve şehirleri dikkate alınarak turistlerin geldikleri yerler,
- \* Tatil, iş, öğrenim, dost ve akraba ziyareti ve yerel duruma göre ziyaret amaçları ve bölgeye seyahatlerinin motivasyonu,
- \* Tesislerin kullanımı ve turistlerin harcamalarının hesaplanması için geceleme sayısına bağlı olarak kalış süresi,
- \* Turist profilinin öğrenilmesi ve tesis planlaması açısından yaş, cinsiyet, birlikte seyahat edilen aile üyesi sayısı,
- \* Yönetici, vasıflı işçi, ev kadını, öğrenci ve emekli gibi genel olarak meslek ve gelir düzeyi,

<sup>214</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 107.

<sup>215</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 423.

<sup>216</sup> O. İÇÖZ, a.g.e., Dipnot No: 213, s. 98.

<sup>217</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 109 - 110.

- \* Ziyaret süresince nerelere seyahat edildiği ve nerelerde konaklandığı ve konaklama türü,
- \* Bölgeye sürekli bir ilginin olup olmadığının anlaşılması için tekrar ziyaret sayısı, tekrar gelmelerinin önündeki engeller, tekrar gelmelerini sağlayacak unsurların tanımlanması.
- \* Tesis kullanım ve harcama eğilimlerinin öğrenilebilmesi için bireysel ya da grup seyahati olması,
- \* Turizmin bölge üzerindeki ekonomik etkileri ve turistlerin harcamalarını artırma yollarını öğrenmek için kişi başına harcama ve harcamanın konaklama, yiyecek-içecek, yerel ulaştırma ve turlara dağılımı,
- \* Ziyaretçilerin, en azından mevcut pazara dayalı, genel olarak bölge ve özel olarak çekicilikler, tesisler ve hizmetler düzeyinde tatminleri ve ziyaretten memnuniyetleri,
- \* Yerel halkın çekicilik, ulaştırma ve tesisleri kullanım seviyeleri.
- \* Bölgenin imajı, çekiciliklerin farkında olup olmadıkları ve çekiciliklerde yapılan sınıflandırmanın değerlendirilmesi.
- \* Seyahatlerini planlamada kullandıkları bilgi kaynakları,

Ayrıca, turizm bölgesine tur düzenleyen tur operatörleri ve seyahat acentaları ile görüşmeler yapılır. Çünkü, tur operatörleri ve seyahat acentaları; turizm bölgesi hakkındaki kendi izlenimlerinin yanı sıra, bölgeye tur düzenlenmesinde karşılaşılan sorunlar, fiyat yapıları, rakip bölgeler ve turistlerin turizm bölgesi hakkındaki izlenimleri konusunda da bilgiye sahiptirler<sup>218</sup>.

Bölgesel seviyede diğer bir pazar sınıflandırması bölgenin özellikleri ve bölgenin turizm işletmelerinin özellikleri dikkate alınarak da yapılabilir. Bölgesel turizm planlaması kapsamı içinde turizm pazar analizinde şu süreç izlenebilir:

1. Bölgeye yönelik mevcut ve olası turizm talebinin miktarı ve turizm işletmeleri açısından değerlendirilmesi.
2. Pazarı oluşturan grupların tespiti ve bu gruplar içinde en uygunun hedef kitle olarak belirlenmesi.
3. Turistlerin özelliklerinin belirlenmesi ve bölgenin sunumunun turistin özelliklerine göre şekillendirilmesi (tüketici eğilimlilik) ya da bölgenin özelliklerine uygun turistlerin seçilmesi (ürün eğilimlilik).

Pazardaki geleceğe yönelik trendler izlenerek; turizm gelişiminin sürekli ayarlanması ve kapasite altı kullanım nedeni ile yatırım kaynaklarının kaybı ya da

---

<sup>218</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 110.

talebin karşılanamaması sonucu yeni rakiplerin pazara girmesi engellenebilir. Bu kolay olmamakla birlikte gelişim aşamalandırılarak gelecekteki ayarlamalar sağlanabilir.

Uygun pazarlar için pazar gelişim planları ve endüstri gelişim planları yapılmalıdır. Bu iki fonksiyonla ilişkili olarak ; seyahat, ziyaretçi ve potansiyel ziyaretçi araştırılmalı, turizm bölgesi araştırılmalı ve ikisi arasındaki ilişki araştırılmalıdır. Herbiri ile ilgili ayrı araştırma ve her biri arasındaki ilişkiyi gösterecek analitik bir çerçeveye ihtiyaç vardır. Pazar ihtiyacı ve mevcut turizm ürünü arasındaki ilişki pazar ve gelişim planlaması için önemlidir.

Turizm planlamasının en genel amacı turizm gelişiminden doğacak faydaları en üst düzeye ve maliyetleri en alt düzeye indirmektir. Planlama, geleceğin tasarlanması olduğundan tahmin modelleri çok büyük önem taşımaktadır. İnsanların turizm amacıyla yaptıkları seyahatler ve konaklamalarında ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar bu ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetleri üreten şirketler için önemli bir gelirdir. Bu ihtiyaçlar arttıkça daha çok mal ve hizmet üretmek zorunluluğu yatırımları, üretimi ve gelirleri artırmaktadır. Bu nedenle talep analizleri; yatırım kararlarına ışık tutan önemli bir araçtır. Turistik yatırımların itici gücünü turistik talep oluşturur ve yatırımlar turistik talebin sayısal ve niteliksel özelliklerinin bir fonksiyonu olarak ortaya çıkar. Böylece; turizm gelişme planlamasının turistik talep tahminlerine dayanacağı açık bir gerçektir. Hangi tahminleme tekniği olursa olsun, tahminleme sonucu ortaya çıkan sonuçlar planlamacının yatırım hatalarını ve maliyetlerini en aza indirmesine yardımcı olmaktadır.

Tahminleme bir çok yolla yapılabilir ve herbirinin kendine göre bir kullanım yeri vardır. Değişik durumlara göre biri diğerine üstün de olabilir. Bu nedenle; durum belirtmeden birinin diğerinden üstün olduğu ileri sürülmemelidir. Gelecek olayların sonucunda ortaya çıkacak durum ve gelişme eğilimlerinin belirlenmesi; turistik gelişme planlamasının temel anahtarıdır.

Bu aşamada, bölge kaynakları ve bölgeye yönelik turizm pazarları konusundaki araştırmaların sonuçları bir araya getirilerek, turizm kaynaklarının geliştirilmesi ve tanıtımı açısından değerlendirmeler yapılarak ihtiyaçlar belirlenir.

#### 2.2.1.3.2. BÖLGESEL REKABETİN ARAŞTIRILMASI

Rakipsiz bir turizm bölgesi olamayacağı için turizm planı planlama bölgesinin olduğu kadar diğer bölgelerinde rekabet avantajlarını ve gelecek için planlarını dikkate almalıdır. Rakipler; turizm bölgesinin hedeflediği aynı pazar bölümlerini hedef alan diğer turizm bölgeleri olarak tanımlanabilir. Normal olarak öncelikli coğrafi pazarlara uzaklıklarına göre rakipler tanımlanabilir.

Rakiplerin durumunu analiz etmek için, turizm bölgesinin durumunun analizinde kullanılan sürecinin aynısından faydalanılabilir. Rekabet analizi; turizm bölgesinin durumu ile rakip bölgelerin durumlarının kıyaslanmasıdır. Rekabet analizi ile rakiplerin güçlü ve zayıf oldukları noktalar ortaya çıkarılarak, rakiplerin güçlü olduğu konularda rekabetten kaçınmak, zayıf oldukları konulardan ise fırsatlar yaratmak amaçlanır. Ayrıca, rakiplerin özellikle başarılı olduğu alanlarda turizm bölgesinin başarısı için fırsatlar olup olmadığı da tanımlanabilir.

Pazarların analiz edildiği gibi rakiplerin de sürekli analiz edilmesi gerekir. Rekabet durumunun analizi pazar analizlerinin doğruluğunu güçlendirecektir. Rakip turizm bölgeleri planlanan bölge ile başarı faktörlerine göre kıyaslanarak, güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler belirlenmelidir.

Pazara yeni girenlerin tehdidi, tedarikçilerin pazarlık gücü, turistlerin pazarlık gücü, ikame sunular ve turizm endüstrisinin değişik seviyelerdeki özellikleri temel rekabet faktörleri olarak ele alınabilir <sup>219</sup>.

#### 2.2.2. TURİZMİN BÖLGESEL ETKİLERİ

Turizm planlaması, turizmin bölge üzerindeki olumlu etkilerini artırmak ve olumsuz etkileri azaltmak amacıyla olduğuna göre, turizmin bölge üzerindeki mevcut etkilerini öncelikle belirlemek gerekir. Turizm bir çok boyutta ve değişik yollardan toplum üzerinde etkilere sahiptir. Turizmin bölgeye olan etkilerinin araştırılması; turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal-kültürel etkilerini ölçmeye yönelik olarak düzenlenen araştırmalardır. Bu araştırmalarda genellikle etki modelleri kullanılmaktadır. Etki modelleri; tanımlama ve açıklamanın ötesinde nedensel mekanizmaları açıklamaya çalışır. Turizmin etkileri ekonomik, çevresel ve sosyal-kültürel etkiler olarak sınıflandırılabilirdiğine göre; etki modelleri de ekonomik

---

<sup>219</sup> E. HALL and G. WALL, a.g.e., Dipnot No. 107, s. 41.

etki modelleri, sosyal-kültürel etki modelleri ve çevresel etki modelleri olarak sınıflandırılabilir.

Olumlu ya da olumsuz etki türlerini anlamak ve onlarla başedebilecek etkin politika ve ölçütlerin geliştirilmesi gerekir. Her alan sosyo-ekonomik olarak özgün ve her turizm şeklinin kendine ait özellikleri olduğu için turizmin etkileri ve onlarla nasıl başedileceğini fazla genelleştirmek tehlikeli olabilir.<sup>220</sup> Bu nedenle, her turizm bölgesinin turizmden nasıl ve ne boyutta etkilendiğinin özel olarak araştırılması daha uygun bir yaklaşım olabilir. Etki modelleri, değişik etki türleri ve bunlarla nasıl başedilebileceği konusunda yaklaşımları sunmaktadır. Turizm gelişiminin planlanmasının en açık amaçlarından birisi turizmin faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve maliyetlerinin en alt düzeye indirilmesi olduğuna göre, turizmin olumlu ya da olumsuz etkilerinin neler olduğu belirlenir. Turizmin etkileri konusundaki bilgiler turizm planlamasında dikkate alınması gereken önemli verilerdir.

Her bölge coğrafyası, kaynakları, ekonomik gelişim aşaması, yerel idarelerinin yapısı ve diğer özellikleri ile özgündür ve hangi turizm şeklini ne ölçüde geliştireceği ve kendi kaynakları ile hangi turist tiplerine yanıt verebileceği ve bu kaynakları geliştirmede seçeneklerinin neler olduğu gibi sorularla yüzyüzedir. Seçilen araçlar ne olursa olsun başarılı bir gelişim kısmen de olsa olası etkilerin değerlendirilmesine bağlıdır.

#### 2.2.2.1.1. TURİZMİN BÖLGEDEKİ EKONOMİK ÖNEMİ

Turizm açısından çekiciliklere sahip bölgelerde turizm geliştirilmek istenebilir. Ancak, böyle bir istek ise aşağıdakilere benzer bazı soruları beraberinde getirir<sup>221</sup>:

- ⇒ Bölge için turizm ne kadar önemlidir?
- ⇒ Bu önem nasıl ölçülebilir?
- ⇒ Turizmin yapısı, yerel halka gerçekten faydalı olacak istihdam ve gelirin sağlanmasına olanak tanıyabilir mi?
- ⇒ Ekonomik olarak turizmden kimler fayda sağlamaktadır?
- ⇒ Turizmin faydaları ve maliyetleri nelerdir?

Turizmin ekonomik etkilerinin objektif ve ayrıntılı değerlendirmesi uzun ve karmaşık bir görevdir. Bu karmaşanın çoğu turizmin farklı doğasından ve değişik kişiler veya gruplara çıkan fayda ve maliyetlerden kaynaklanmaktadır. Turizm endüstrisinin (çekicilikler, ulaştırma, konaklama, destek hizmetler ve alt-yapı)

<sup>220</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 366.

<sup>221</sup> C. RYAN, a.g.e., Dipnot No: 17, s. 66.

geliştirilmesi ve turistlerin turizm endüstrisine harcamaları bazı faydalar ve maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu fayda ve maliyetler sonuç olarak yatırımcılara, işletmecilere, turizm ile ilgili işlerde istihdam edilenlere, turizm ile ilgili olmayan halka ve girişimcilere, kamu yetkililerine ve turistlere çıkmaktadır. Bu nedenle, kapsamlı bir ekonomik etki analizi bütün endüstri ve bölgeyi kapsamlı, yatırımların veya turistik harcamaların en büyük bölümlerinden birini oluşturmalarına rağmen sadece konaklama gibi bir unsura yoğunlaşmamalı diğer sektörler de dikkate alınmalıdır. Yatırım maliyetleri, gelir ve istihdam sağlama şekilleri bir sektörden diğerine değişeceğinden bütün sektörler dikkate alınmalıdır <sup>222</sup>.

Turizmin bir bölge için ne kadar önemli olduğu tartışması, düşünülen turizmin türü gibi başka konuların da düşünülmesini gerektirir. Bu nedenle, turizmin ekonomik etkileri değerlendirilirken dikkate alınması gereken bir çok anahtar değişken vardır. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir <sup>223</sup>:

- \* *Bölgenin ekonomik gelişme düzeyi:* Turizmin ekonomik etkilerinin boyutu bir çok faktörle belirlenebilir. Bunlardan en kritik olanı evsahibi toplumun ekonomisinin gelişim düzeyi, ekonomik faaliyetin çeşitlenme derecesi ve ekonominin ithal mallar, hizmetler ve sermayeye bağımlılığının boyutu ve turizm endüstrisinin gelişiminin ekonomi içerisinde kaynakların tahsisi üzerine etkileridir. Örneğin; eğer bir otel inşa edildi ve ziyaretçi çekiyor ise, bu otelin bir kasabada mı yoksa bir köyde mi inşa edildiği arasında önemli bir fark vardır. Bir kasabada turistlerin harcamaları toplam harcamalar içinde küçük bir oranı temsil ederken, turistlerin ve otelin harcamalarının köyde gerçekleşmesine bağlı olarak, bir köyde köyün toplam gelirin önemli bir katkı sağlayacaktır. Bir köydeki otel köyün ekonomisi için çok önemli iken bir kasaba için fazla önemli olmayabilir.
- \* *Turistik tesis türleri ve özellikleri:* Turistik tesislerin tipi, gerçekleşen toplam harcamaların belirlenmesine yardım eder. Örneğin; bir çiftlik evinde harcanan paranın bir otelde harcanan paradan çok daha büyük bir oranı yerel ekonomide kalabilir. Bununla birlikte, otelde kalan kimsenin konaklamaya daha fazla para ödeyeceği de bir gerçektir. Bu nedenle, turistik tesislerin ve çekiciliklerin özellikleri, ekonomik etkilerin belirlenmesinde önemlidir. Turizm bölgesinin genişliği ve içeriği önemlidir. Turizm bölgesinin ne kadar çok sayıda turisti taşıyabileceği, yeterli bir fiziksel ve kurumsal alt-yapıya sahip olup olmaması, turistik harcamaların ne kadarının bölgede kalacağını belirler. Bir bölgedeki çekicilikler ve faaliyetlerin doğası uzun süre kalmaya mı uygun, yoksa sadece .

<sup>222</sup> D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s.192-193.

<sup>223</sup> C. RYAN, a.g.e., Dipnot No: 17, s. 66-67.

günübirlik turlara mı uygun? Bir sayfiye otelinde onbeş gün konaklamak ve tatil yapmak mümkünken, örneğin peribacaları bir günde gezilebilir. Ekonomik etkiler de doğal olarak farklıdır.

- \* *Turistik işletmelere yabancıların sahip olma oranı:* İşletmelere eğer bölge dışından gelenler sahip ise, elde edilen karlar yerel ekonominin dışına çıkabilir. Bölge insanları sahip ise, elde edilen karların yerel ekonomi içinde kalma olasılığı artacaktır. Turistik tesisler bölge halkına mı ait? Bu tesislerin büyüklüğü nedir? Ne oranda bölgesel olanaklar ile finanse edilmiştir?
- \* *Bölge dışı işgücü istihdamı:* Dışardan getirilen işgücünün istihdamı bölgede yaratılan gelirin azalmasına neden olabilir. Dışarıdan işgücü getirilmesinin bir çok önemli nedeni olabilir. Ancak, yerel işgücünün istihdamı, bölgede turizmin ekonomik önemini artıracaktır. Yerel halkın yetenekleri, onlar tarafından yürütülen iş sayısı ve düzeyi önemlidir. Dışarıdan insanlar mı getirilecektir, yoksa yerel halk eğitilecek midir?
- \* *Devletin sağladığı alt-yapı:* Alt-yapının sağlanmasında bölgesel işgücünün kullanılması önemli bir istihdam alanı yaratabilir. Ayrıca, turizm için sağlanan alt-yapı bölgenin ekonomisinin diğer sektörleri için de önemlidir.
- \* *Ziyaretçi tipi:* Ziyaretçi sayısı arttığında, kişi başına ortalama ziyaretçi harcamaları arttığında etkilerin daha da büyüyeceği açıktır. Ancak talebin doğası da önemlidir. Şayet kitle turizmi yerel halkın sağlayamayacağı ürünleri talep ederse, turizmden elde edilen gelirin önemli bir kısmı bölge dışından ithalat ile hemen kaybolabilir. Bu nedenle, turist tipleri ve harcama şekilleri önemlidir. Bölge geceleme yapan turistleri mi ağırlıyor, yoksa sadece günübirlikçileri mi? Turistlerin ziyaretleri bütün yıl mı devam ediyor yoksa sadece yılın belirli zamanları mı?

Turizm her nerede yer alırsa alsın, çeşitli ekonomik etkiler yaratacaktır. Ancak, turizmin ekonomik etkilerinin nasıl ölçüleceği sorusu hem önemli, hem de yanıtlanması oldukça güç bir sorudur.

Bu etkiler uluslararası, ulusal, bölgesel veya daha dar bir düzeyde ölçülebilir. Turist akımının mekansal dağılımı nispeten kolayca ölçülebilir. Turizm hareketleri; hem turist sayıları hem de turist harcamaları olarak hesaplanabilir. Hesaplamaları kolaylaştırmak için kimlerin turist sayılacağı konusunda uluslararası teknik tanımlar yapılmaktadır. Teknik turist tanımlarına uyan kişilerin turizm bölgesinde yaptıkları harcamalar ise turistik harcamalar olarak kabul edilmektedir. Turizm bölgeleri için bu harcamalar turizm geliri, turist gönderen bölgeler için ise turizm giderleri olarak hesaplanmaktadır.



- \* Turizm tesislerini geliştirmeye ve tanıtımına yapılacak yatırımların topluma sağlayacağı faydalar konusunda kamu görevlilerine ve turizm yöneticilerine bilgi sağlar.
- \* Çabalarının ve mevcutlara ilaveten yeni tesislerin yapılmasının etkilerinin değerlendirilmesinde pazarlamacılara yardım eder.
- \* Turizm ile ilişkili çalışan personelin ekonomi ve iş gelişimindeki rollerini öğrenmeleri ve toplumlarının ekonomik sağlığına katkılarını öğrenmelerine yardım eder.
- \* Turistik tesislere ve tanıtıma yapılan yatırımların getirisini öğrenmeleri yolu ile hem işletmecleri hem de hükümeti karşılıklı fayda için diğer örgütlerle ortaklıklar kurmaya teşvik eder.
- \* Turizm gelişiminin toplum üzerindeki etkilerini gösterme yolu ile turizm etki modelleri halkın turizm gelişimini desteklemelerine ya da karşı koymalarına yardım eder.
- \* Kendi vatandaşlarının ekonomik, sosyal ve kültürel sağlığını geliştirecek yasalar ve politikalar üretmelerinde ve bu sağlığı tehlikeye atacak kararlardan kaçınmalarında kamu görevlilerine yardımcı olur.

#### **2.2.2.1.2. TURİZMİN BÖLGEDEKİ ÇEVRESEL ÖNEMİ**

Turizmin geliştirilmesinde ve desteklenmesinde çevrenin önemi oldukça büyüktür. Çevre turizmin dayanağıdır. Bu nedenle çevrenin korunması ve yönetimi hem turizm endüstrisinin geleceği hem de toplum için önemlidir. Çevre hem turizm için korunmalı hem de turizmin yaratabileceği olumsuz etkilerden korunmalıdır.

Çevrenin bozulması ile turizm bölgesi çekiciliğini kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalabilir ve bunun sonucunda turizm talebinde meydana gelecek düşme büyük masraflarla yapılan turistik tesislerin boş kalmasına yol açabilir <sup>225</sup>. Turizm planlaması sadece yerel halk için çevrenin korunmasını değil aynı zamanda turizm alt yapısına, çekiciliklere, tesislere, hizmetlere ve pazarlama programlarına yapılan uzun dönemli yatırımların da korunması için de gereklidir. Sistematiik olarak çevresel analizlerin yapılması planlamaya bir temel sağlar ve aynı zamanda sosyo-ekonomik hedeflere ulaşmayı da sağlayacak en uygun gelişim şeklinin belirlenmesine yardım

---

<sup>225</sup> Orhan İÇÖZ, "Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?", *Anatolia*, Ocak-Haziran, 1994, s. 18-22.

eder <sup>226</sup>. Çevrenin korunması, geliştirilmesi ve güzelleştirilmesi turizmin sürdürülebilirliği yönünden önem taşımaktadır <sup>227</sup>.

Turizmin çevre üzerindeki olası olumsuz etkileri kontrol edilmeli ve turizm gelişiminin çevreye zararları önlenmelidir. Turizmin ekonomik etkilerinin değerlendirilmesinde olduğu gibi çevresel değerlendirmelerde de turizmin karmaşık doğası dikkate alınmalıdır.

Ancak, turizmde sadece olumsuz etki yoktur. Turizm iyi yönetildiğinde bir çok önemli çevresel faydaları da vardır. Bu nedenle; çevre etki değerlendirmesi, eski binaların onarılması gibi tamamen turizmden kaynaklanan olumlu etkileri de değerlendirmeye almalıdır.

Çevresel etki değerlendirilmesi yöntemleri işlevlerine göre üçe ayrılabilir. Çevresel etki değerlendirmesinin işlevleri ve yöntemleri Tablo 6' da sunulmaktadır.

228

**Tablo 6: Çevresel Değerlendirme Yaklaşımlarının İşlevsel Sınıflandırması**

| İşlev         | Yöntem                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tanımlama     | Mevcut çevresel sistemin tanımlanması<br>Projenin unsurlarının belirlenmesi<br>Projenin bütün unsurlarının çevreyi nasıl değiştireceğinin tanımlanması                                                                         |
| Tahmin        | Önemli olan çevresel değişikliklerin tanımlanması<br>Tanımlanan çevredeki değişimin mekansal boyutları ve miktarının tahminlenmesi<br>Etkinin (çevresel değişimin) zaman sürecinde ortaya çıkma olasılığının değerlendirilmesi |
| Değerlendirme | Proje tarafından etkilenen nüfus ve kullanıcı grupları için faydalar ve maliyetlerin belirlenmesi<br>Değişik alternatifler arasında fayda ve maliyetlerin kıyaslamasının yapılması                                             |

Kaynak: Peter W WILLIAMS, "Evaluating Environmental Impact and Phisical Carrying Capacity in Tourism", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987, s. 387

Turizmin çevresel etkilerinin değerlendirilmesi ile ilgili değişik analiz teknikleri kullanılabilir. Örneğin; en kolay yol uzmanlık alanlarındaki etkileri tanımlamak için

<sup>226</sup> Edward INSKEEP, "Environmental Planning for Tourism", **Annals of Tourism Research**, Vol. 14, 1987, s. 119-120.

<sup>227</sup> Nüzhet KAHRAMAN, "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", **1. Turizm Sempozyumu**, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve İşletme Fakültesi, İzmir, 1994, s. 4.

<sup>228</sup> Peter W. WILLIAMS, "Evaluating Environmental Impact and Phisical Carrying Capacity in Tourism", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987, s. 387.

uzmanlardan oluşan bir ekip organize edilmesidir. Diğer bir teknik; haritalara çevresel unsurlar ve gelişime duyarlı kaynak faktörlerinin işlenmesidir. Bu haritalar duyarlı alanların belirlenmesinde görsel bir araç oluştururlar. Haritalama; stratejik planlama çalışmalarında, anahtar turizm gelişim alanlarının tespitinde başarılı şekilde kullanılabilir. Örneğin, haritalarda sit alanlarının belirlenmesi ve koruma altına alınması gibi.

Çevresel etki değerlendirmesinde turizm projelerinden kaynaklanan çevresel etkileri ölçmek için maliyet ve zaman faktörünü en aza indiren yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Bu konuda Delphi tekniği ucuz, hızlı ve güvenilir bir değerlendirme metodudur. Ancak, ekolojik olarak çok duyarlı bölgelerde tehlikeli olabilir <sup>229</sup>. E. INSKEEP, çevresel etki değerlendirmeye aşağıdaki modeli örnek olarak vermektedir. Modelde (Şekil 19) öncelikle çevresel etki listesi hazırlanmakta ve etki boyutu ve türü her faktör üzerindeki etki düzeyine göre yok, az, normal ve ciddi olarak değerlendirilmektedir. Hava ve su kirliliği gibi faktörler için sayısal veriler elde etmek mümkündür. Arazi estetiği gibi faktörler için ise niteliksel değerlendirme yapılabilir <sup>230</sup>.

**Şekil 19. Çevresel Etki Örnek Değerlendirme Matrisi**

| Etki Türleri                | Etki Yok | Az Etki | Normal Etki | Ciddi Etki | Yorumlar |
|-----------------------------|----------|---------|-------------|------------|----------|
| Hava Kalitesi               |          |         |             |            |          |
| Yer Üstü Su Kalitesi        |          |         |             |            |          |
| Yeraltı Su Kalitesi         |          |         |             |            |          |
| Yol Trafiği                 |          |         |             |            |          |
| Katı Atık Atma Sistemi      |          |         |             |            |          |
| Arkeolojik ve Tarihî Sitler |          |         |             |            |          |
| Görsel Kaynaklar            |          |         |             |            |          |
| Doğal Bitki Örtüsü          |          |         |             |            |          |
| Yabani Hayvan Hayatı        |          |         |             |            |          |

Kaynak: Edward INSKEEP, **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, s. 354.

Bir çok ülke ve bölge çevre koruma yasaları çıkarmış ve çevresel etki değerlendirme (ÇED) süreci olumsuz etkileri analiz etmek ve en alt düzeye indirmek için turizm projelerini de kapsayan bütün gelişim türlerine uygulanmaktadır. Turizm projelerinin hazırlanmasında çevresel planlama yaklaşımı kullanılsa bile, gelişimin sonunda ciddi etkilerin olmaması için ÇED yine de kullanılabilir.

<sup>229</sup> Howard GREEN, Colin HUNTER and Bruna MOORE, " Assessing the environment impact of tourism development : use of Delphi technique", **Tourism Management**, June, Vol: 11, No: 2, 1990, s.111-120.

<sup>230</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 351- 352.

ÇED süreci, önerilen projenin çevresel etkilerini ve korunma faaliyetlerini dikkate aldığı ve planda gerekli uyarlamalara bir temel oluşturduğu için turizm planlamasında kullanışlı bir tekniktir. Bu nedenle, resmi bir ÇED sürecini gerektiren yasal bir düzenlemenin olmadığı yerde turizm ya da planlama örgütü önerilen turizm projesinin değerlendirilmesi için bir kontrol listesi oluşturabilir. Genel bir değerlendirme çevre üzerinde olumsuz etkileri işaret ederse, bu planlama ve uygulama programlarının yetersiz olduğunu gösterebilir.

### 2.2.2.1.3. TURİZMİN BÖLGEDEKİ SOSYAL - KÜLTÜREL ÖNEMİ

Sosyal ve kültürel etkiler, plansız ve kontrolsüz turizm gelişiminin olduğu alanlarda çok tartışılan bir konudur. Bölgesel turizm planlaması sürecinin bu etkileri dikkate alabilmesi ve tedbirler önerebilmesi için aşağıdaki gibi bazı sorular yanıt aramaktadır:

- ⇒ Turizmin sosyal ve kültürel etkileri ne anlamda kullanılmaktadır?
- ⇒ Turizmin, turizm bölgesi üzerinde mevcut ya da olası ne tür sosyal ve kültürel etkileri olabilir ?
- ⇒ Bu etkiler ölçülebilir mi ?
- ⇒ Bu etkilerin kontrolü için ölçütler var mıdır?

Turizmin sosyal etkilerinin anlamı turizm bölgesi halkının yaşam kalitesindeki değişimlerdir <sup>231</sup>. Turizmin kültürel etkileri ise turizm sürecinin ev sahibi toplumun kültürel değişimlerine olumlu ya da olumsuz katkılarıdır. Genellikle değişimler benimsendiğinde olumlu benimsenmediğinde ise olumsuz olarak algılanmaktadır.

Sosyal ve kültürel etkiler, değer sistemlerinde, kişisel davranışlarda, aile ilişkilerinde, ortak hayat tarzlarında, güvenlik düzeyinde, ahlak kurallarında, geleneksel törenlerde ve toplum örgütlenmesindeki değişimlere turizmin etkide bulunduğu yollardır. Daha basit bir ifade ile sosyal-kültürel etkiler, insancıl etkilerdir ve ev sahibi halkın üzerindeki turistler ile olan doğrudan ve dolaylı ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Bu ilişkilerin doğası, turizm sürecinde anlama ya da yanlış anlamaların boyutunu etkileyen temel faktördür. Turist ve ev sahibi toplum ilişkileri üç temel ortam içinde oluşmaktadır: Turistlerin ev sahibinden mal ve hizmet satın aldıkları yerde. Turistler ve ev sahibi toplumun aynı mal ve hizmetleri paylaştıkları yerde, örneğin aynı plajda yan yana olmaları. İki grubun bilgi ve fikir alışverişinde bulunmak için yüzyüze gelmelerinde <sup>232</sup>.

<sup>231</sup> A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 137.

<sup>232</sup> A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 133-134.

Turizmin sosyo-kültürel çevre üzerindeki olumlu etkileri tarihi ve kültürel mirasın korunması, kültürleşme, sosyal yapıda olumlu değişiklikler, yerli halk için rekreasyon ve eğlence olanaklarının yaratılması şeklinde özetlenirken, olumsuz etkileri sosyo-kültürel değerlerin istenilmeyen yönde değişmesi, kültürel kimliğin kaybolması, insan davranışlarında aşırı ticarileşme, yöresel dil üzerindeki etki ve kötü alışkanlıklar gibi sıralanmaktadır<sup>233</sup>.

Turizmin sosyal ve kültürel etkileri konusundaki araştırmalar aşağıdaki üç farklı sınıfta ele alınmaktadır<sup>234</sup>:

1. Turist: Bu tür araştırmalar turizm hizmetlerine olan talebinin türleri ve turistlerin beklentileri, tutumları ve motivasyonlarına ağırlık vermektedir.
2. Yerel halk: Bu tür araştırmalar sunulan turist hizmetlerinin boyutlarına ağırlık vermektedir. Turizm bölgesinin yerel halkı, hizmetleri sağlayan personel ve turizm endüstrisinin yerel örgütlenmesi ile ilgilidir.
3. Turist / yerel halk ilişkileri: Bu tür araştırmalar turist ve ev sahibi arasındaki ilişkilerin doğası ve bu ilişkilerin sonuçları ile ilgilidir.

Turizmin bölge üzerindeki etkileri araştırıldıktan sonra, planlama sürecinin karar verme aşamasına bir veri oluşturmak için Tablo 7'de olduğu gibi özetlenebilir.

**Tablo 7: Turizmin Etkileri**

| Etki Türü         | Olumlu | Nasıl güçlendirilebilir? | Olumsuz | Nasıl azaltılabilir? |
|-------------------|--------|--------------------------|---------|----------------------|
| Ekonomik          |        |                          |         |                      |
| Fiziksel/çevresel |        |                          |         |                      |
| Sosyal/Kültürel   |        |                          |         |                      |

#### 2.2.2.2. TURİSTİK BÖLGE YAŞAM DÖNEMİ VE TAŞIMA KAPASİTESİ

Turizmin bölge üzerindeki etkilerinin araştırılması bu araştırmalar belirli bir kapsam içinde yürütüldüğünde anlam kazanabilir. Turistik ürün yaşam eğilimi kavramı ve taşıma kapasitesi kavramı turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerinin araştırılması ve planlamacıların önlemler geliştirebilmesi için iki araştırma kapsamı sunmaktadır. Aslında bu iki kavramda birbiri ile dinamik ilişki içerisindedir.

<sup>233</sup> Pervin KORÇA, **Halkın Turizmin Çevresel Etkilerini Algılaması ve Değerlendirmesi**, TUGEV, Yayın No: 31, İstanbul, 1994, s. 3.

<sup>234</sup> A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 133.

Turistik ürün yaşam eğilimi kavramı ve turistik taşıma kapasitesi kavramlarının turizm bölgesi planlamasında nasıl kullanılabileceği aşağıda açıklanmaktadır.

Turizm bölgesinin gelişimi zamansal ve mekansal açıdan bazı aşamaları izlemektedir. Turizm alanının gelişimi evreleri ürün yaşam sürecine benzetilerek R.W. BUTLER tarafından bir model geliştirilmiştir. Bu modelde turistik bölgenin yaşam dönemi sırasıyla aşağıdaki evreleri kapsamaktadır<sup>235</sup>;

**1. Keşif;** Bir bölgenin gelişiminin ilk aşamasıdır. Bu dönemde bölgede büyük kent merkezlerinden uzaklaşmak isteyen, doğayı arayan ve bir ölçüde maceracı özellikleri olan az sayıda ziyaretçi vardır.

**2. Gelişme;** Bu dönem bölgesel tanıtımın yoğunlaştığı ve turist sayısının yavaş yavaş artmaya başladığı dönemdir.

**3. Büyüme;** Bu dönemde turist sayısı oldukça artmıştır. Bölgesel işletmelerin azınlığa düştüğü ve buna bağlı olarak bölge dışından gelen girişimcilerin sayısının önemli oranlara ulaştığı görülür.

**4. Olgunluk;** Turistik bölge artık olgunluk dönemine ulaşır ve ziyaretçi artış hızı yavaşlamaya başlar, bununla birlikte artış devam etmektedir.

**5. Durgunluk;** Bu dönemde bölgedeki ziyaretçi sayısı zirveye ulaşmıştır ve bölge artık çekiciliğini yitirmeye başlamıştır.

**6. Gerileme;** Bu dönem ziyaretçi sayısının azalma eğilimine girdiği dönemdir. Yeni bölgeler ve turistik merkezler ziyaretçiler tarafından tercih edilmeye başlanmıştır ve bölge çekim gücü özelliğini kaybetmiştir.

Diğer bir çalışma ise Doxey tarafından geliştirilmiştir. Bu çalışma kapsamı; turizmin sosyal etkilerinin turizm endüstrisinin yapısal değişimlerine ve yerel halkın turizm gelişimine açık olma süresi ve boyutuna yanıt olarak zaman içinde değiştiğini kabul etmektedir. Doxey, turistler ve yerel halk arasındaki ilişkilerin, yerel halkın rahatsızlığının değişik düzeyleri ile ölçülebileceğini önermektedir. Doxey ayrıca, bu tepkilerin, Butler tarafından tanımlanan turistik bölgenin yaşam dönemleri ile de kıyaslanabileceğini söylemekte ve bu çalışma kapsamının sosyal etkileri ölçmekte büyük öneme sahip olduğunu düşünmektedir. Doxey, Barbados ve Niagara-on-the-Lake'deki çalışmalarından çıkardığı deneyimlere dayanarak Rahatsızlık İndeksi'ni geliştirmiştir. Turizm bölgeleri; aşırı iyi hissetme durumundan, kayıtsızlık, rahatsızlık, muhalefet ve son düzeye kadar aşamalı bir süreci izlemektedir<sup>236</sup>;

<sup>235</sup> Orhan İÇÖZ, a.g.m., Dipnot No: 37, s. 216.

<sup>236</sup> A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 137-138.

1. *Aşırı iyi hissetme düzeyi*: İnsanlar turizm gelişimini arzu etmektedir. Yabancıları iyi karşılamaktalar ve karşılıklı tatmin duyguları vardır. Yerel insanlar için fırsatlar bulunmakta ve turistler para getirmektedir.
2. *Kayıtsızlık düzeyi*: Turizm endüstrisi geliştikçe insanlar turistleri bir ihsan olarak görürler. Turist hızlı bir şekilde kar amacı haline gelir.
3. *Rahatsızlık düzeyi*: Endüstri doyum noktasına yaklaştığında veya ilave tesisler yapılmaz ise yerel halkın başedemeyeceği noktaya ulaşıldığında rahatsızlık başlayacaktır.
4. *Muhalefet düzeyi*: Rahatsızlık çok açık hale gelecektir. Turistler artık bütün kötülüklerin habercisi olarak görülmeye başlanacaktır. Karşılıklı kibarlık muhalifliğe dönüşür ve turistler "kazıklanmaya" başlanır.
5. *Son düzey*: İnsanlar turistleri ilk anda kendilerinin bağrılarına bastıklarını ve çevrenin değişimine kendilerinin izin verdiklerini unutacaklardır. Şimdi öğrenmek zorunda oldukları bir daha asla eskisi gibi olmayacak eko-sistemde yaşamaktır.

Yaşam süreci kavramının tamamlayıcı bir diğer boyutu ise turizm bölgesinin yaşam döneminin değişik aşamalarında farklı turist tiplerini çekeceğidir. S. Plog'un varsayımına göre, turistik bölgeler kendi tarihsel gelişme süreçleri içindeki farklı aşamalarında bazı hakim psikografik grupların heveslerine uygun olarak popülerliğini artırma ya da yitirme eğilimine girerler<sup>237</sup>.

Ürün yaşam eğrisi kavramının varsayımı, ürünlerin sınırlı bir ömrü olduğu, ürünlerin ürün yaşam eğrisinin farklı aşamalarında düşüş ve çıkışları olduğu ve böylece ürünlerin her aşamada farklı pazarlama stratejilerine gereksinimi olduğudur. Turistik bölge yaşam eğrisi analizinin önemli bir faydası bölgenin ve bölgenin pazarlarının nasıl geliştiğinin anlaşılmasına bir zemin yaratması ve stratejik kararların verilmesine bir rehberlik sağlamasıdır<sup>238</sup>.

Turistik bölgenin yaşam eğrisi kavramı; turistik bir bölgenin nasıl geliştiğini açıklayan bir model ve pazarlama ve planlamada bir rehber olarak kullanılmaktadır<sup>239</sup>. Bölge yaşam eğrisi kavramı turizm planlaması teori ve uygulamalarını özellikle uzun dönemli değişimlerin tahminlenmesi, arazi kullanım stratejileri, ekonomik kalkınma ve pazarlamanın uyumlaştırılması açısından geliştirmede önemli bir potansiyele sahiptir. Yaşam eğrisinin her aşaması farklı kapasite eşiklerini ortaya

<sup>237</sup> Orhan İÇÖZ, Dipnot No: 37, s. 90.

<sup>238</sup> Chris COOPER, "Product Lifecycle" , **Tourism Marketing and Management Handbook**, Eds: Stephen F. WITT and Luiz Moutinho, Prentice Hall, London, 1995, s. 342 - 346.

<sup>239</sup> Orhan İÇÖZ, Turizm Planlaması Bakımından Turistik Bölgelerin Yaşam Eğrileri ve Ege Bölgesinin Başlıca Turizm Merkezleri, **V. Ulusal Turizm Kongresi**, Kuşadası, Güven Ofset, Aydın, 1994, s. 20-27.

çıkarmakta ve farklı politika yaklaşımları gerektirmektedir <sup>240</sup>. Bu nedenle, turistik bölgelerin yaşam süreci değişimlere uyum sağlayabildiği ölçüde uzayabileceğinden turizmde planlamayı gerektiren birçok nedenden biri de turistik bölgelerin yaşam dönemleri kavramı ile ilgilidir <sup>241</sup>.

Değişik yazarlar turizm gelişimi aşamalarını bir sıralama ilkesi olarak kullanmaktadır. Genellikle bu aşamalar üç sınıfta toplanmaktadır: Birincisi, bir kaç turistin turizm bölgesini keşfetmeleri; ikincisi, buna yanıt olarak yerel girişimcilerin artan sayıdaki ziyaretçiler için konaklama sağlamaları; üçüncüsü, daha fazla gelişimin özel ya da kamu kuruluşları tarafından yüklenildiği kurumsallaşma veya kitle turizmidir. Turizm gelişiminin bu doğal tarihi içinde belirli bir bölgenin özelliklerini belirlemeye çalışmak ise uygun alternatiflerin belirlenmesinde ve olası çıktıların değerlendirilmesinde planlamacılara yardım edebilir <sup>242</sup>. Hedef pazarları seçme, çekme ve hizmet etmede önemli bir rehberlik sağlayabilir <sup>243</sup>.

Yaşam-eğrisi kavramının etkili ve böyle bir amaç için uygulanabilir olabilmesi için turizm ürününün yaşam-eğrisi aşaması veya tam konumunun belirlenebilmesi ya da tahmin edilebilmesine bağlıdır. Bölgesel turizm yaşam-eğrisini uygulanabilir yapabilmek için, analiz birimi, ilgili pazarlar, yaşam eğrisi aşamaları, taşıma kapasitesi ve ölçü birimi gibi değişik kavramsal ve ölçümsel kararlar düşünölmek zorundadır. Bu boyutlar aşağıda kısaca açıklanmaktadır <sup>244</sup>:

- \* **Analiz Birimi:** Ürün -yaşam eğrisini uygulanabilir yapma çabasında önemli ve birinci adım, bölgenin yada bölgedeki analiz biriminin tanımlanması ve tarif edilmesidir. Ürün yaşam -eğrisi analizi belirli bir zamanda bölge, alt-bölge, bölge halkı, belirli bir turizm işletmesi veya belirli bir ürün için mi ele alınacak sorusu sorulmalıdır. Uygulamada ideal durum, düzenli şekilde bir bölgenin bütün seviyelerinde ürün yaşam - eğrisi analizlerinin yapılmasıdır.
- \* **İlgili Pazarlar:** Turistik alan ürün yaşam eğrisi uygulamalarının çoğu turizm pazarını homojen ve sanki tek pazar gibi varsaymaktadır. Bu geleneksel yaklaşımlar birbirinin neticesinde, herbiri değişik ilgili turist karakteristiklerine göre daha da bölümlendirilebilecek tamamen farklı pazarlara girmenin mümkün olduğunu görmezlikten gelmektedir. Değişik pazar bölümlerine aşama aşama girmek değişik bir yaşam-eğrisi ile sonuçlanabilir.

<sup>240</sup> Donald GETZ, "Tourism Planning and Destination Life Cycle", **Annals of Tourism Research**, Vol. 19, No. 4, 1992, s. 752.

<sup>241</sup> O. İÇÖZ, a.g.m., Dipnot No: 37, s. 90.

<sup>242</sup> E. de KADT, a.g.e., Dipnot No: 38, s. 5.

<sup>243</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 432.

<sup>244</sup> Michael K. HAYWOOD, "Can the tourist-area life cycle be made operational ?" **Tourism Management**, Vol.7, No.3, 1986, s.154-167.

\* **Yaşam eğrisi aşamaları:** Genellikle S şekilli yaşam eğrisi kullanılmakla birlikte turizm bölgesinin yaşam eğrisi farklı şekiller de alabilir.

\* **Yaşam-Eğrisi Aşamalarının Belirlenmesi:** Yaşam-eğrisi kavramının uygulanabilmesi için aşağıdaki iki anahtar soru yanıtlanmalıdır:

⇒ Turizm bölgesinin, turistik ürün yaşam -eğrisi aşaması nasıl belirlenecek ?

⇒ Turizm bölgesinin, turistik ürünün yaşam eğrisinin bir aşamasından diğerine ne zaman geçtiği nasıl belirlenecek ?

Turizm bölgesi veya ürününün yaşam-eğrisindeki durumunu tanımlamada uygulanabilir bir yaklaşım bir zamandan başka bir zamana turist sayılarındaki değişim veya muhtemel değişime dayanmaktadır. Bir turizm bölgesi veya ürününün bir aşamadan diğerine geçiş noktası ve her aşamanın süresinin uzunluğunun tanımlanması yaşam-eğrisi kavramının pazara erişilebilirlik ve ziyaret oranını tahmin etmekle olduğu kadar temel turizm rakiplerinin faaliyetleri ile de yakın ilgisi vardır.

Yaşam-eğrisinde eğer bir gösterge olarak turist sayıları kullanılacaksa, aşağıdaki faktörler dikkate alınmalıdır.

1. Bölge içinde turistlerin dağılımı,
2. Kalış süreleri,
3. Turistlerin özellikleri,
4. Yılın hangi zamanında ziyaretin yapıldığı.

\* **Ölçüm Birimi:** Bir çok turizm alanında yaşam-eğilimi yıllık verilere dayanmasına rağmen, üç aylık ve aylık veriler de kullanılabilir.

Bölgesel turizm planlaması; bölgesel turizm gelişiminin evrelerini mekansal ve zamansal bir modelle ortaya koymalı, turizm bölgesindeki turizm gelişiminin dün, bugün ve yapılan tahminlerle gelecekteki gelişme eğiliminin yönü belirlenmelidir. Bu belirlemeler turizm planlamasında stratejik kararların alınmasına yardım edecektir. Açıklanan yaklaşımla , taşıma kapasitelerinin sınırlarının aşılması sağlanacağı için uzun vadede bölgenin çekiciliğini yitirmemesi sağlanmış olacaktır.

Bölgelerin taşıma kapasiteleri, desteklenen turizm türüne bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bütün turizm sektörleri ve proje planları için taşıma kapasitelerinin değerlendirilmesi düzenli bir uğraş haline geldiğinde, bunlar hükümet kararlarında ve toplumun turizme uyumlaştırılmasında önemli göstergeler haline gelebilir.<sup>245</sup>

Bu nedenle, yerel halkın turizme karşı tutum araştırmaları, turizm girişimcileri iş araştırması, turizmde çalışan personelin turizm işine karşı tutumlarının

<sup>245</sup> E. de KADT, a.g.e., Dipnot No: 38, s. 17.

araştırılması, turistlerin özelliklerini ve tutumlarını, harcama kalıplarını belirlemeye yönelik araştırmalar bir turizm alanındaki sosyo-ekonomik etkiler konusunda bilgi toplamak için önemli araçlardır. Bu bilgiler planlama ekibi tarafından dikkatli bir şekilde analiz edilerek tedbirler formüle edilebilir.

Her turizm alanında sosyo-ekonomik etkilerin sürekli izlenmesi politikaların ve stratejilerin etkin çalışıp çalışmadığını anlamak, problemleri tesbit etmek ve ciddi hale gelmeden önlem alabilmek için gereklidir. Sosyo-ekonomik etkilerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi için planlama ekibinde ekonomist, sosyolog ve antropolog olmalıdır <sup>246</sup>.

Turizmin olumsuz etkilerine yönelik artan ilgi ve bunların nasıl kontrol edilebileceği düşüncesi ve turistik ürün yaşam eğilimi kavramı, turizm bölgesinin popüler olma ve popüleritesini yitirme süreci, turizm taşıma kapasitesi kavramına ilgiyi artırmıştır. Bütün kapasite kavramları ondan sonra gelişim, kullanım, büyüme veya değişimin oluşamayacağı veya izin verilememesi gereken sınırlar ve eşikler ortaya koyar. Altı temel turizm taşıma kapasitesi ve belirleme yöntemleri aşağıda tanımlanmaktadır <sup>247</sup>:

#### ♦ *Mevcut Kaynaklar ve Kapasiteleri:*

Genel planlama süreci mevcut kaynakların envanterinin çıkarılması ve zayıf ulaşım bağlantıları ve yetersiz hizmetler gibi gelişmenin önündeki engellerin tanımlanmasına rehberlik eder. Ayrıca yeterlilik çalışmaları ile potansiyel kaynaklar değerlendirilir. Böylece kullanım veya gelişimin üzerindeki olası sınırların ölçütleri sağlanır. Turizm kaynaklarının geniş bir tanımı içerisindeki sınırlar finansal destek, işgücü, rekreasyon hizmetleri kapsamı içinde de tanımlanabilir. Bir çok durumda bu tür sınırlar teorik olarak aşılabılır, bu nedenle kaynak kapasiteleri aşılması gereken bir engel olarak görülebilir. Tam tersine, kaynak kapasiteleri kontrol aracı olarak da kullanılabilir. Turizm planlamasında somut kaynak sınırları üç gruba ayrılabilir : engel olarak algılanan ve aşılabılır olanlar, eldeki finansal ve teknolojik girdilerle makul şekilde aşılamayacak olanlar ve etkin bir kontrol olmadığında tamamen zarara uğrayacak veya tükenecek olanlar. Somut kaynak sınırları ya aşılması gereken engeller ya da değişimi kontrol araçları olarak görülebilir. Bununla birlikte, engellerin aşılmasının politik olarak arzulanıp arzulanmadığı ve bunun fayda ve maliyetleri incelenmelidir.

<sup>246</sup> E. INSKEEP, a.g.e., Dipnot No: 33, s. 365.

<sup>247</sup> Donald GETZ, "Capacity to Absorb Tourism: Concepts and Implication for Strategic Planning", *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, No. 2, 1983, s. 239-263.

#### ◆ *Bölge Halkının Tutumu:*

Turizmin yerel halkın tutumları üzerindeki etkileri veya yerel halkın turizm gelişimini ve turistleri kabul etmeleri konularına araştırmacıların ilgisi güngeçtikçe artmaktadır. Yerel halkın algıları ve tutumları turizm politikasının belirlenmesine önemli bir veri oluşturmaktadır. Bir çok faktör yerel halkın tutumlar oluşturmaya neden olabilir ve belirli bir noktada ortaya çıkabilecek olumsuz tepkiler turizm endüstrisini tehdit edebilir. Ziyaretçilere yönelik olumsuz davranışlar onların turizm deneyimlerine zarar vererek potansiyel ziyaretçilerin bölgeye gelmelerini engelleyebilir ve turizm bölgesinin hızlı bir şekilde popülaritesini kaybetmesine neden olabilir.

#### ◆ *Ziyaretçilerin Tatmini:*

Ziyaretçilerin tutumları ve deneyimleri şayet olumsuz ise, turizm bölgesinin popülaritesinde düşme meydana gelebilir. Ancak, ziyaretçilerin tatmininin belirlenmesi kaynakların niteliği ve ziyaretçilerin veya potansiyel ziyaretçilerin beklentileri gibi bir çok faktör tarafından etkilenen karmaşık bir süreçtir. Yerel halkın tutumları da dahil olmak üzere tatmin bir çok faktörle ilgili olduğu için kendisi de bir sınırlayıcı faktör olabilir. Örneğin; kalabalık, ziyaretçi tatmini üzerinde temel bir etki olarak görülmektedir. Fakat, bazı boş zaman değerlendirme faaliyetlerinin güdülerinden biri de kalabalık olabilir.

Sadece turist araştırmalarının daha zor oluşundan dolayı bile ziyaretçilerin tatminsizliğinin değerlendirilmesi yerel halkın tutumlarının ölçülmesinden daha zordur. Ziyaretçiler dürüst yanıt verme konusunda isteksiz olabilir. Bununla birlikte, bütün zorluklarına rağmen ziyaretçi tatmininin araştırılması turizm planlamasına önemli veriler sunar, çünkü kaynak sınırlarında olduğu gibi ziyaretçi tatminsizliğine neden olan bir çok problem de aşılabılır. Engeller kaldırılamasa bile tanıtım kampanyaları ve daha fazla çekicilik geliştirilmesi turizm bölgesinin potansiyel pazarlarını geliştirebilir. Ancak bu da turist tiplerinde değişikliğe neden olabilir.

#### ◆ *Aşırı Büyüme veya Değişim Oranı:*

Büyüme veya değişim oranı bütün diğer değişkenleri etkileyen bir faktördür ancak kapasiteye farklı bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Problemler politikaların hazırlanmasında kullanılan yetersiz sistemlerden ya da uygun olmayan politikalardan kaynaklanabilir. Yüksek potansiyeli olan fiziksel kaynaklar fazla kalabalıklaşabilir ve hızlı büyüme geleneksel toplumlarda şok etkisi yaratabilir.

Gelişmenin kontrolsüz yapıldığına inanıldığında yerel halkın turizmi kabullenmesi olumsuz etkilenebilir. Ancak büyük ölçekli veya küçük ölçekli, yavaş veya hızlı büyüme, yoğunlaşmış veya dağılmış gelişimin göreceli faydaları farklı durumlarda test edilmelidir.

♦ **Fayda ve Maliyet Değerlendirmesine Dayalı Kapasite:**

Turizm planlamasında bir çok potansiyel kısıtlayıcı faktör tanımlanmasına rağmen, bir faktörün gelişim ve değişime doğrudan sınırlayıcı olarak kullanılması çok nadirdir. Planlamacılar öncelikle sınırlayıcı faktörlerin aşılıp aşılamayacağını ve maliyetinin ne olacağını bilmek isterler. Böyle bir soru ise fayda - maliyet analizlerini gerektirir ve bu işlem amaçların oluşturulmasında tamamlanır. Fayda ve maliyetlerle ilgili üç değişik kapasite bulunmaktadır. Birincisi sınırlayıcı faktörün aşılabilişliğinin ve aşılmasının gerekli olup olmadığının belirlenmesidir. Şayet öncelikli amaç ekonomik büyüme ise muhtemelen yatırımlar bu engellerin aşılmasına yönlendirilecektir. Böyle bir problemin analizinde fırsat maliyeti temel düşüncedir. Planlamacı yatırımın karlı olup olmadığını veya başka bir yerde daha etkili olup olmayacağını bilmek ister. İkincisi, belirli amaçlara ulaşabilmek için bazı maliyetler ve problemlerin tolere edilemeyeceğidir. Örneğin, ekonomik büyüme amacı içinde sosyal veya ekolojik problemler tolere edilebilir mi? Şayet bir faktörün diğerinden daha önemli olduğu biliniyorsa amaçlar arasından öncelikler belirlenecektir. Üçüncüsü, kabul edilebilir maliyetlerin ve amaçlara ulaşmada tatmin edici düzeylerin belirlenmesidir.

♦ **Sistem Yaklaşımı İçinde Kapasitenin Rolü;**

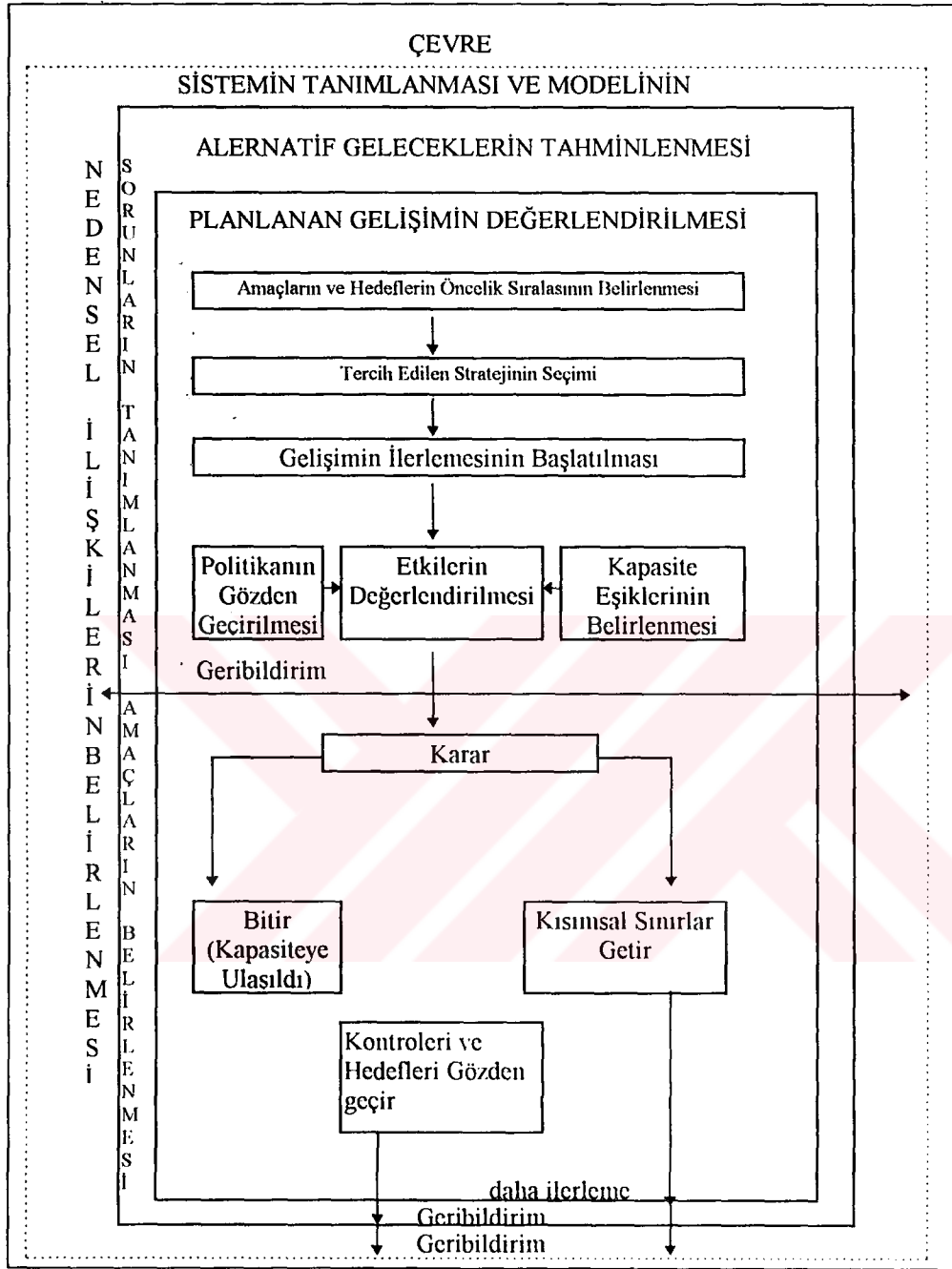
Kapsamlılığı vurgulayan bu yaklaşım, sistem üzerinde bir kontrol şekli olarak sınırlamaların kullanılmasına izin vermekle birlikte sınırların önceden ortaya konmamasını vurgulamakta ve planlama için etkilerin tahminlenerek sürekli analizler ile fayda ve maliyetlerin değerlendirilmesini öngörmektedir.

Kapasite eşiklerinin önceden belirlenmesini gerçekçi bulmayan bu yaklaşım eşikleri, mümkün olduğu yerde engellerin aşılmasını amaçlayan dinamik bir sürecin parçası ve amaçlara ulaşmak açısından gerekli olduğu yerde de bir kontrol aracı olarak görmektedir. Şekil 20, böyle bir model temsil etmektedir <sup>248</sup>.

---

<sup>248</sup> Donald GETZ, a.g.m., Dipnot No: 247, s. 252.

Şekil 20. Turizm Planlamasında Kapasite Değerlendirmesi



Kaynak: Donald GETZ, "Capacity to Absorb Tourism: Concepts and Implications for Strategic Planning," *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, Sayı:2, 1983, s. 252.

Özetle, ürün yaşam eğilimi ve turizm taşıma kapasitesi kavramları bölgesel turizm planlaması için önemli araçlardır. İki kavramda deneyimlere dayalı olarak geliştirilmiştir. Ürün yaşam eğilimi kavramı, bir anlamda da bir bölgede turizm

gelişimi kendi haline bırakıldığında neler olabileceğini ortaya koymaktadır. Turizm bölgelerinin çok istekle destekledikleri turizm gelişiminin istenmeyen yönlere gitmemesi ve modellerle ortaya konulan olumsuzlukları yaşamaması için bu deneyimlerden ders almak, turizm planlamacıları için büyük önem taşır. Bu modeller hiç bir işe yaramasa bile turizm gelişimine daha bilinçli ve sorumlu yaklaşmayı öngörmektedir. Uzun dönemli başarılar kısa dönemli başarılar için feda edilmemelidir.

### 2.2.2.3. TURİSTİK GELİŞMEYİ ETKİLEYEN DIŞ ÇEVRE FAKTÖRLERİ

Çevresel analiz ile turizm bölgesinin güçlü ve zayıf yönleri ve bölge için oluşabilecek fırsatlar ve tehditler tanımlanır. Çevresel analiz; stratejilerin oluşturulmasına zemin hazırlayacağı için analiz edilen çevrenin sürekli değiştiği ve planlama sürecine sadece bir zemin yarattığı ve sürekli incelenmesi ve gözden geçirilmesi gerektiği unutulmamalıdır. Çevresel analizin temelinde dışsal tehditler ve fırsatların içsel güçlü ve zayıf yönler ile ilişkilendirilmesi yatmaktadır.

Bir örgütün değişen durumlara uyum sağlayabilmesi için öncelikle neye uyum sağlayacağını bilmesi gerekir. Bölgesel turizm örgütü de mevcut çevre ve gelecekteki olası çevreyi dikkatli bir şekilde analiz ederek değişen durumların turizm bölgesi üzerinde yaratacağı tehditleri ve fırsatları izlemeli, zayıf ve güçlü yönleri tanımlamalıdır.

Turizm sisteminin çevresini oluşturan ekonomik, sosyo-kültürel, politik, teknolojik ve ekolojik faktörler, çevre analizinde incelenmesi gereken faktörlerdir. Bu faktörlerin ışığında mevcut ve potansiyel pazarların analizi ve pazardaki rakiplerin değerlendirilmesi yoluyla fırsatlar ve tehditler belirlenir.

Diğer bir deyişle, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik ve ekolojik çevre analizleri ile pazarlar ve rekabet değerlendirilerek, durumun bölge ve bölge halkı, bölge turizm işletmeleri ve bölgesel turizm örgütü için yarattığı fırsatlar ve tehditler belirlenmeye çalışılır.

Çevre, bölge için hem tehditler hem de fırsatlar sunmaktadır ve sürekli değişmektedir. Bölge, sürekli değişen bu çevre içinde, bu değişiklikleri ve değişim eğilimlerini sürekli izlemek ve bölgeye yansımalarını belirlemek durumundadır.

Çevre faktörleri; turizm sisteminin faaliyet çevresini etkileme yolu ile turizm gelişimini etkileyen ve normal olarak daha geniş kapsam içinde yer alan değişkenlerden oluşan turizm sisteminin dışsal çevresidir. Bu nedenle, turizm sistemini oluşturan bütün sektörler kendi içlerinde kontrole sahip olmalarına rağmen

bir çok dışsal faktör tarafından etkilendiği için planlama sadece turizm sistemi ile ilgilenmez <sup>249</sup>.

Turizm endüstrisinin açık bir sistem olması ve çevresel faktörlerin turizm sistemini devamlı etkilemesi nedeni ile turizm; sosyo-ekonomik faaliyetlerin, ekolojik, politik ve teknolojik çevrenin genel içeriğinden soyutlanmış olarak düşünülemez. Böylece, çevre faktörlerini dikkate alan çözüm önerilerinin daha gerçekçi ve başarı şansının daha yüksek olacağı söylenebilir <sup>250</sup>.

Turizm talebinin seviyesi ve özellikleri, turizm arzı, rekabet, turizmin etkileri ve turizm gelişim süreci, sisteminin kendi kontrolü dışındaki çevre faktörleri tarafından belirlenmektedir. Buna karşılık, turizm bölgesinin çevreye olan etki ve kontrolü daha azdır. Bu nedenle, turizm bölgesini etkileyen çevre faktörlerini belirleme çabası sadece onlarla baş edebilme yeteneğini geliştirme uğraşısıdır. Çevresel değişimler öncelikle geniş bir açıdan genel olarak incelenir daha sonra eğilimler, tehditler ve fırsatların bölge açısından yansımalarına odaklaşılır.

Çevre faktörlerinin kısa bir incelemesi turizm planlaması açısından kritik olan turizmin karmaşık gerçeklerinin anlaşılmasına yardımcı olabilir. Bu çalışmada çevre faktörleri; ekonomik çevre, sosyo-kültürel çevre, politik ve yasal çevre, teknolojik çevre, coğrafik (fizisel) çevre olmak üzere gruplandırılarak incelenmektedir.

#### 2.2.2.3.1. EKONOMİK ÇEVRE

turizmi hem arz hem de talep açısından etkileyen önemli bir faktördür. Özellikle uluslararası turizmde olmak üzere genellikle turist gönderen yer (A Mekanı) ile turist kabul eden yerdeki (B Mekanı) ekonomik durumlar birbirinden oldukça farklıdır. Bu nedenle turizm talebini turist gönderen yerdeki ekonomik değişkenlerin yanı sıra turist kabul eden yerdeki ekonomik değişkenler de etkiler. Turizmin içinde faaliyet gösterdiği ekonomik ortamı incelerken bu durumun gözönünde tutulması gerekir. Tablo 7, turizm talebi üzerinde etkisi olan ekonomik değişkenlerin, belirtilen yaklaşım ile sınıflandırılmasını göstermektedir <sup>251</sup>.

A grubundaki değişkenler; A mekanlarındaki bütün potansiyel turizm talebini etkilerler. Turistik mal ve hizmetleri alma ya da almamayı belirleyen birinci derecede önemli değişkenlerdir. Çünkü, her hangi bir ürünü satın alabilmek için tüketicinin kısıtlı kaynaklarından vazgeçmesi gerekir. Ticarete kullanılan bu kaynak paradır. Bu

<sup>249</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 73-76.

<sup>250</sup> H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 10.

<sup>251</sup> A. BULL, a.g.e., Dipnot No: 4, s. 30.

nedenle talep üzerindeki en önemli kısıtlayıcı faktör paradır. Para ise insanların gelirlerinden ya da tasarruflarından gelmektedir.

B grubundaki değişkenler ise nereden gelirlerse gelsinler, tüketiciler için B mekanlarının ekonomik çekiciliklerini belirleyen değişkenlerdir. A mekanları için gidilebilecek çok sayıda B mekanlarının bulunması B mekanları arasında turistleri kendilerine çekme rekabeti yaratır. Her hangi bir B mekanının tercih edilmesinde B grubundaki ekonomik değişkenler önemlidir ve B mekanları arasındaki tercihi belirlerler. C grubundaki ekonomik değişkenler ise sadece A ve B mekanları arasındaki özel bağıdır ve A mekanından B mekanına yönelik talep üzerinde etkilidir.

Turizm ülkelerin ulaştığı farklı kalkınma aşamalarının kapsamı dışında düşünülemez <sup>252</sup>. Ekonomik kalkınma düzeyi; turizm gelişimini etkileyen temel çevresel ortamdır. Turistik talebin büyüklüğü ve özellikleri, turizm kaynaklarının varlığı ve yeterliliği, endüstrinin yönetimi ve örgütlenmesi öncelikli olmak üzere ülkenin kalkınmışlık derecesi doğal olarak turizm gelişiminin bütün boyutlarını etkiler.

**Tablo 7: Turizm Talebi Üzerindeki Ekonomik Etkinin Kaynakları**

| A Mekanı<br>Ekonomik Değişkenleri<br>(A Grubu)                                                                                                                                                           | B Mekanı<br>Ekonomik Değişkenleri<br>(B Grubu)                                                                                                                                            | Bağlantı Değişkenleri<br>(C Grubu)                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Kişisel harcanabilir gelir düzeyi</li><li>• Gelir Dağılımı</li><li>• Döviz Değeri</li><li>• Vergi politikası ve turistik harcamalar üzerindeki kontrol</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Genel fiyat düzeyi</li><li>• Arz rekabetinin düzeyi</li><li>• Turistik ürünlerin kalitesi</li><li>• Turizm amaçlı ekonomik düzenlemeler</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• A mekanı ve B mekanı arasındaki mukayeseli fiyatlar</li><li>• B mekanının A mekanında yaptığı tanıtım çabaları</li><li>• Kur oranları</li><li>• Seyahatin süresi ve maliyeti</li></ul> |

Kaynak: Adrian BULL, *The Economics of Travel and Tourism*, Pitman, Melbourne, 1992, s. 30'dan uyarlanmıştır.

<sup>252</sup> D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s.12

#### 2.2.2.3.2. SOSYAL VE KÜLTÜREL ÇEVRE

Sosyal faktörler sosyal bir faaliyet olan turizmin bir çok boyutunu etkilemektedir. Turizm planlaması kapsamında, turizm pazarlarının ve ev sahibi toplumun sosyo-kültürel özellikleri incelenmelidir.

Turizm talebinin artması; değişen yaşam tarzları, sosyal hareketlilik ve boş zamanların artması gibi sosyal faktörlere bağlılık gösterir. Özellikle ücretli tatiller, uzun hafta sonları ve emeklilik süresinin uzaması yolu ile artan boş zamanlar turizm gelişimine hız kazandırmıştır.

Aynı zamanda, turizm bölgesi toplumunun sosyal ve kültürel özellikleri turistik çekiciliği, turizm gelişimini ve turizmin etkilerinin niteliği ve boyutunu belirlemektedir.<sup>253</sup> Kültürün turizm üzerine yan etkileri çok boyutludur. Kültür sadece turizm çekiciliklerini belirleyen bir faktör değil aynı zamanda turizmin etkilerini de belirleyen bir faktördür. Yaşam şekli, gelenekler, görenekler, dil, din, sanat ve benzeri gibi kültürün değişik boyutları turistleri turistik bölgeye çekmekte önemli çekim faktörleri arasında yer almaktadır. Turistlerin geldiği toplumla turist kabul eden toplum arasındaki farklılıklar özellikle gelişmekte olan ülkeler için oldukça önemlidir. Ancak, turist ve ev sahibi toplum arasındaki kültürel farklılığın fazlalığı da olumsuz kültürel etkilere neden olabilir.

Nüfusun mekansal yapısı ve özellikle şehirleşme oranı; turizm talebinin yapısı ve büyüklüğü üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Büyük şehirlerde yaşayan insanlar küçük şehir, kasaba veya kırsal alanlarda yaşayanlara nazaran daha sık tatile çıkmaktadırlar. Ayrıca bir ülkedeki şehirleşme seviyesi o ülke vatandaşlarının turistik çekicilikleri tercihlerini de belirleyebilmektedir. Eğitim ve meslek, çekiciliğin algılanmasını, motivasyonu ve turistik talebi etkileyen en önemli faktörlerden biridir.

#### 2.2.2.3.3. POLİTİK VE YASAL ÇEVRE

Turizm gelişimi politik ve yasal güçlerin olumlu ve olumsuz etkileri altındadır. Turizm bölgesinde ve turistlerin geldiği yerlerdeki politik olaylar ve kararlar turizmi etkiler.

Politik ideolojiler turizmin etkilerinin algılanması ile yakın bir ilişki içerisindedir. Liberaller turizm gelişimini destekleme eğiliminde iken muhafazakarlar mevcut ekonomiyi muhafaza eğilimindedirler<sup>254</sup>. Kitle turizmi; gelir, boş zaman ve insan

<sup>253</sup> D. PEARCE, a.g.e., Dipnot No: 73, s.53.

<sup>254</sup> Dennison NASH, "Tourism as a Form of Imperialism", **Hosts and Guests: The Antropology of Tourism**, (Editör) Valene L. SMITH, University of Pennsilvania Press, Philadelphia, 1989, s. 37.

haklarının dağılımındaki demokratikleşmenin bir sonucudur. Bu nedenle turizm genellikle demokratik ülkelerde geliştirilmeye çalışılmaktadır. Turizm gelişiminde politik istikrar bir hijyen faktörüdür. Kendisi turizmi geliştirmese bile olmayışı endüstriye zarar vermektedir. Değişik ülkelerde yapılan bir çok araştırma ihtilaller, savaşlar ve terörist faaliyetlerin turizm trafiğini düşürdüğünü göstermektedir. PAN-AM uçak faciası, Libya-ABD çatışması, Körfez Krizi gibi olaylar örnek gösterilebilir.

Terörizm en önemli politik çevre faktörlerinden biridir. Terör odakları tarafından turistler en kolay hedefler olarak görülmektedirler. Özellikle ülkemizde bu tür olayların basında fazla yer alması turistte risk alma tehdidi oluşturmaktadır. Turistlerin seçenekleri çok olduğu için uluslararası turizm yüksek oranda rekabete sahiptir. Rezervasyonların iptali, yeni rezervasyonlarda düşüş ve turizmden etkilenen alanlarda turizmin gerilemesi gibi turizm üzerinde olumsuz etkileri vardır. Ülkemizin Doğu ve Güney Anadolu bölgeleri bu duruma çok somut bir örnek oluşturmaktadır.

Bu durumlar geçici olabileceği için bu tür olayların trendleri de dikkate alınmalıdır. Örneğin, Körfez Krizinde Türkiye'nin yaşadığı geçici durgunluklar gibi. Ancak, bu süre içinde insanların işsiz kalması, işletmelerin borçlarını ödeyememeleri gibi olumsuz durumlarla karşılaşılabilir.

Öte yandan, Eski Sovyetler Birliği'nin dağılması, Doğu Avrupa'da özgürlüklerin artması, gibi politik değişimler de fırsatlar yaratmaktadır. Vize koymak veya kaldırmak, seyahate konulan vergiler gibi politik kararlarında turizm üzerinde önemli etkileri vardır. Örneğin, ülkemizde yurtdışına çıkışlarda alınan 100 dolarlık konut fonunun kaldırılması pasif dış turizmi artırabilir.

Turizmin geliştiği ve faaliyet gösterdiği yasal çerçeve iki kısımda incelenebilir. Birinci kısımda ele alınabilecek yasalar doğrudan turizm endüstrisini hedefleyen turizm endüstrisi ile ilgili yasalar ve düzenlemelerdir. Bu yasalar turizm kuruluşlarının yönetimi ve faaliyetleri ile ilgilidirler. Örneğin, ulaştırma ve seyahat hizmetleri faaliyetlerini düzenleyen yasalar, özel turizm vergileri, finansal teşvikler, turizm gelişimi için arazi ve diğer doğal kaynakların kullanımı, pasif dış turizm üzerindeki kısıtlamalar, sivil havayolu üzerindeki düzenlemeler ve turist koruma yasaları, turizm talep seviyesi ve hareketlerini en çok etkileyen yasalardır. İkinci kısımda ise doğrudan turizme yönelik olmasa bile turizmi etkileyen yasalardan oluşmaktadır. Örneğin, yatırım, ticaret, rekabet, reklam, çevre koruması ve arazi kullanımı, asgari ücretler, çalışma saatleri, çalışma koşulları, fırsat eşitliği, yabancı işçiler üzerindeki

kısıtlamalar gibi emek pazarının değişik boyutlarını içeren yasal düzenlemelerin hepsi arz ve emek fiyatını etkileyen yasalardır.

Kaynakların nasıl kullanılacağı üzerinde büyük güce sahip olan hükümet politikaları turizm gelişimini teşvik edici veya engelleyici yönde etkilere sahiptir. Örneğin kamu kurumlarının altyapı gelişimi politikaları bir alan yerine diğerini tercih edebilir <sup>255</sup>.

#### 2.2.2.3.4. TEKNOLOJİK ÇEVRE

Turizm gelişimi bilim ve teknolojiadaki ilerlemelerin hemen hemen hepsinden etkilenmektedir. Herşeyden önce teknolojik ilerlemeler verimliliğin artmasını sağlayan sabit bir faktördür. Teknolojik ilerlemelere bağlı olarak verimliliğin artması, seyahat için gerekli paranın yanısıra boş zamanları da sağlamıştır. Teknolojik ilerlemeler çalışma saatlerini düşürmüş, ev işlerini değiştirmiş, büyük kitleler için boş zamanları artırmıştır. Modern teknolojiler ile birlikte sosyal, mesleki ve mekansal hareketlilik artmıştır. Teknolojik gelişimler yeni ekicilikler ve yeni turizm şekilleri yaratmaktadır ve mevcutların tam olarak kullanılmasına yardım etmektedir. Teknolojik ilerlemeler turizm tesislerini geliştirmiş ve ağırlama endüstrisine her boyutu ile yenilikler kazandırmıştır. Soğuk hava kılmalı ve merkezi ısıtmalı oteller olumsuz iklim faktörlerini azaltmış ve turizmin büyümesine yardımcı olmuştur. Yiyecek ve içecek teknolojisinde ilerlemeler hizmetlerin niteliğini artırmıştır. Turizm bölgesinin ulaşılabilirliği turizm gelişiminde oldukça önemlidir. Hız ve kapasitedeki artışlar seyahat masraflarını azaltmışlardır. Bilgi teknolojisindeki gelişmeler ise turizm yönetimine büyük katkılar sağlamıştır. Merkezi rezervasyon sistemlerinin ve İnternet'in ağırlama endüstrisinde kullanımı gibi bilgisayar teknolojisi turizm endüstrisine çok değişik ve geniş kullanım alanına sahiptir.

Modern jet uçaklarının uzun mesafelerdeki ekonomikliği, Avrupa-Asya, Amerika-Afrika uzun mesafe seyahatlerini orta mesafe haline getirmiştir <sup>256</sup>. Bu yüzyılın sonuna kadar hava trafiğinin e katlanması beklenmektedir. Uzun mesafe seyahatleri hızla artmakta, uzun mesafe seyahatleri hayatta bir kez yapılacak bir seyahat olarak görülmemektedir <sup>257</sup>.

---

<sup>255</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 75.

<sup>256</sup> Peter SHOCLEFORD, "Global tourism trends", **Tourism Management**, June, 1987, s. 100.

<sup>257</sup> Christopher J. RODRIGUES, "European travel - the way ahead", **Tourism Management**, June, 1987, s.134.

Teknolojik gelişmeler her alanda önemli sonuçlar yaratabilmektedir. Turizm endüstrisinde otomasyona gidilmesi ve İnternet'in kullanımı ile yeni satış sistemlerinin gelişmesi beklenmektedir.

Ülkemizde turizm gelişimi üzerine önemli yansımaları olabilecek önemli teknolojik trendlere, turizm endüstrisinde bilgisayar kullanımının artması ile yeni satış sistemlerinin hız kazanabileceği ve İnternet aracılığı ile turizm bölgelerinin tanıtılabileceği örnekleri verilebilir.

#### 2.2.2.3.5. COĞRAFİ (FİZİKSEL) ÇEVRE

Bilinmeyen ve farklı yerler seyahatin en önemli motivasyonudur. Turizm devamlı yaşanılan yerden başka bir yere hareketi ve orada konaklamayı kapsar. Coğrafik değişkenler turizmin gelişebilmesi için geniş bir çerçeve oluştururlar. Turizm faaliyetleri, bir ülkenin doğasının yarattığı fırsat ve kısıtlarla ilişkilidir. Fiziksel çevre üzerine bağımlılık farklı turizm şekillerine göre değişebilir<sup>258</sup>.

Doğal çevresel değerler turizmin üzerinde geliştiği temel olarak da değerlendirilmektedir. Bir çok pazar için seyahatin amacı doğal kaynak değerleri ile ilişkili olduğu için bu faktörlerin nitelik ve miktarı turizm gelişimi için çok önemlidir<sup>259</sup>.

Topografi ve fiziksel özellikler sadece turizm çekiciliklerinin dağılımını belirlemez aynı zamanda turizm bölgesinin ulaşılabilirliği ve turizm bölgesi içindeki ulaşım imkanlarını da belirleyen önemli bir faktördür.

Uzaklık zorluğunu yenmek için parasal ve fiziksel bir çok kaynak kullanımı gerekeceği için turizm gelişiminde yer oldukça önemlidir. Ayrıca, turistlerin turizm bölgesini seçimlerini de etkiler. Turizm ile ilgili olarak bir ülkenin coğrafik konumu çok önemlidir. Zira, bir ülkenin coğrafik konumu o ülkenin topografisi, iklimi ve doğal özellikleri yanısıra o ülkenin veya bölgenin, turist gönderen ülke veya bölgelere olan uzaklık ve global ulaştırma şebekesi içindeki konumunu da belirler. Gelişmiş ülkelere olan uzaklık çok önemlidir.

Ulaşılabilirlik ve seyahat masrafları her zaman fiziksel uzaklıkla orantılı değildir. Ulaşım rotalarının mevcudiyeti ve etkinliği daha önemlidir. Bölgesel, ulusal ve uluslararası ulaşım şebekeleri düzgün bir şekilde dağılmamış karmaşık bir sistemdir. Bir turizm bölgesinin ulaştırma şebekesi içerisindeki hiyerarşik pozisyonu ne kadar yüksekse rekabet gücü de o kadar yüksektir. Uluslararası turizmde hava

<sup>258</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s.1.

<sup>259</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 73.

rotaları oldukça önemlidir. Temel rotalar ve noktaların mevcudiyeti, sıklığı, maliyeti ve yakınlığı charter ve tarifeli uçuşların sağlanması, fiziksel, zamansal ve ekonomik ulaşılabilirlik açısından oldukça önemlidir.

Gelişim için doğal çevrenin uygunluğu sadece fizibilite açısından değil aynı zamanda turizmin taşıma kapasitesi bakımından da önemlidir. Turizm ve iklim arasında da sıkı bir ilişki vardır. Avrupa'daki kitle turizminin özelliği bulutlu ve soğuk kuzeyden sıcak ve güneşli güneye bir harekettir. İklim ayrıca turizm endüstrisinin ve çekiciliklerinin mevsimsellik özelliğini, hatta okul tatillerini belirleyen en önemli faktördür. Sel, fırtına, deprem gibi doğal felaketler ise turizme çok büyük zararlar verebilir.

Çevre faktörleri sürekli değişmektedir. Bunlardan bazıları turizm bölgesi ile ilgili bazıları ilgisizdir. Bu nedenle, bölgesel turizm örgütleri; bölgelerinde gelecekle ilgili stratejiler üzerinde etkisi olabilecek trendleri seçebilecek bir süreç geliştirmelidirler. Böyle bir süreç, Şekil 21, Jain tarafından geliştirilmiştir <sup>260</sup>. Bölgesel turizmle ilgili olarak bu süreç aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- \* Çevrede oluşan genel trendler izlenir.
- \* Çevresel trendin bölge turizmi açısından ilgisi belirlenir. Çevrede olan her değişim bölge ile ilgili olmayabilir. Bu nedenle ilgili trendler seçilir.
- \* Bölge turizmi üzerinde etkisi olan trendler derinlemesine incelenir ve oluşturabileceği tehditler ve fırsatlar belirlenir.
- \* Bu trendin gelecekte nasıl bir yön izleyeceği tahminlenir.
- \* Bu trend olmadan ve bu trend altında bölge turizminin arz ve talep dengesi incelenir.
- \* Bu incelemenin sonuçları bölgesel stratejiye yansıtılır.

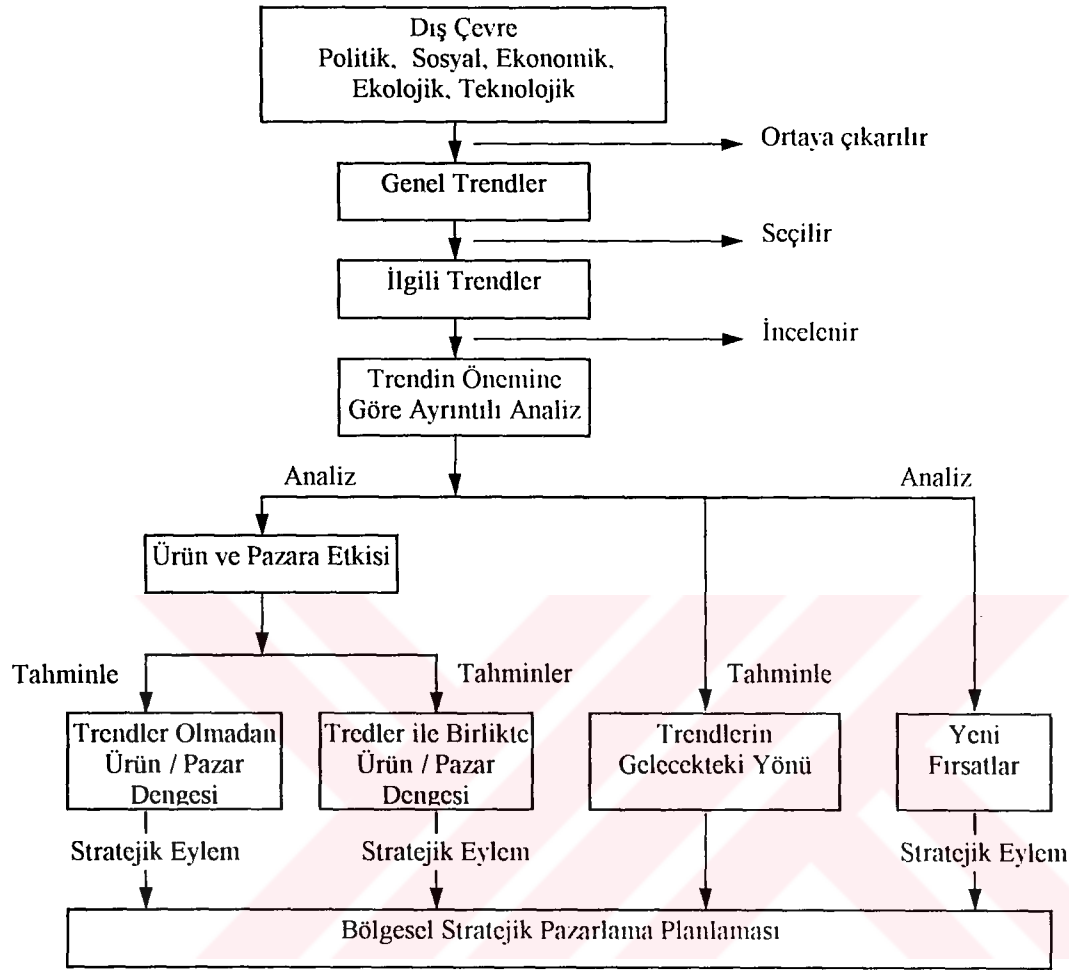
Çevresel trendlerin incelenmesinin faydası hızla değişen çevreye uyumun sağlanması olarak özetlenebilir. Bu yolla rakiplerden önce fırsatlardan yararlanılır, önceden belirlenebilirse tehditler için önlemler alınabilir, mevcut ve potansiyel pazarın değişen ihtiyaç ve istekleri ile bölgesel turizm örgütleri ve işletmelerinin uyumu sağlanabilir, doğru stratejik kararlar verilebilmesi için niteliksel bilgi sağlanır.

Bölgesel turizm örgütü beş çevre faktörünü içeren yazılı bir çevre analizi geliştirmelidir. Her faktör için en önemli trenler ve bölgesel turizm ve turizm işletmeleri ile ilgili muhtemel olaylar listelenmelidir. Bu adımı, trendlerin daha belirli yansımaları izlemelidir.

---

<sup>260</sup> E. HEATH and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 107, s. 44.

**Şekil 21. Turizm Bölgesi Üzerinde Makro Çevre Trendlerini İzleme Süreci**



Kaynak: S. C. JAIN, **Marketing Planning and Strategy**, Second Edition, South Western Publishing Company, Cincinnati, 1985, s. 277., E. HEATH and G. WALL, Dipnot No:108' den uyarlanmıştır.

Çevre faktörleri, bu faktörlerdeki trendler ve bunların bölge turizmi üzerine yansımalarının nasıl özetlenebileceği konusunda E. HEATH ve G. WALL bir tablo, Tablo. 8, önermektedir<sup>261</sup>. Alastair M. MORRISON ise çevresel faktörlerin etkisinin değerlendirilebileceği başka bir tablo, Tablo.9, önermektedir.<sup>262</sup>

<sup>261</sup> E. HEATH and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 107, s. 51.

<sup>262</sup> A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 21, s. 104.

**Tablo 8. Bölgesel Makro-Çevre Analizi**

| Faktörler                                                  | Trendler                                                     | Yansımaları                                                                                           |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ekonomik</b><br>Enflasyon                               | Yaşam maliyeti gelirlerden daha hızlı artacak.               | Turistler daha ucuz turizm bölgelerini seçebilirler.                                                  |
| <b>Politik</b><br>Uluslararası terörizm ve silahlı çatışma | Temel güç blokları değişecek.                                | Bazı turizm bölgelerine ulaşamayabilir. Bazılarına yönelik tercih artabilir. İç talebe yönelenebilir. |
| <b>Teknolojik</b><br>İletişim                              | Görsel iletişim araçlarını kullanan insan sayısının artacak. | Tanıtım için yeni alternatifler yaratabilir.                                                          |
| <b>Sosyo-kültürel</b><br>Boş zaman                         | Turizm boş zaman faaliyeti olarak daha popüler hale gelecek. | Hem çeşit hem de sayı olarak turistik tesis ihtiyacı artacak.                                         |
| <b>Ekolojik Çevre</b><br>Çevre bilinci                     | Çevrenin korunması konusunda bilinç artacak.                 | Turizm planlamacıları turizm gelişiminin çevresel etkileri konusunda daha duyarlı olacak.             |

Kaynak: Ernie HEATH and Geoffrey WALL, **Marketing Tourism Destination: A Strategic Planning Approach**, Jon Wiley & Sons, Inc. New York, 1992, s. 51.

**Tablo 9: Pazarlama Çevresinin Analizi**

| Kontrol Edilemeyen Faktörler  | Sorular                                                                                          | Yanıtlar | Etki Değerlendirme | + | - | Sıralama +10 - 10 |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------|---|---|-------------------|
| Rekabet ve Endüstri Trendleri | Endüstrideki büyüme trendi nedir? Sunduğunuz hizmet türlerinin yeni ikameleri var mı?            |          |                    |   |   |                   |
| Ekonomik Trendler             | Ülke için ekonomik tahminler nelerdir? Bu bölgenin ekonomik geleceği nedir?                      |          |                    |   |   |                   |
| Siyasal ve Yasal Trenler      | Bizi doğrudan etkileyecek yeni yasal öneriler var mı?                                            |          |                    |   |   |                   |
| Sosyal ve Kültürel Trendler   | Hangi yaşam tarzları popülerite kazanıyor? Hedef Pazarımızda hangi trendler oluşuyor?            |          |                    |   |   |                   |
| Teknolojik Trendler           | Endüstrimizdeki en önemli teknolojik ilerleme nedir? Hangi yeni teknolojiler gelişme aşamasında? |          |                    |   |   |                   |

Kaynak: Alastair M. MORRISON, **Hospitality and Travel Marketing**, Second Edition, Delmar Publisher, Albany, 1996, s. 104.

Dış çevresel değişkenler üzerinde turizm sektörü bir kontrole sahip değildir; bununla birlikte bir ölçüye kadar, uygun stratejiler geliştirerek gelişimleri etkileyebilirler. Örneğin, etkin tanıtım programları ve özgün ürünlerin geliştirilmesi ile turistlerin tercihleri değiştirilerek talebi etkileyebilirler.

Karar aşamasına geçilmeden önce, araştırma boyunca toplanan bilgi parçacıkları bir araya getirilerek dikkatli bir birleştirme ve değerlendirme yapılmalıdır. Böylece bilgilerden mantıklı sonuçların çıkarılması ve çözümlerin somutlaştırılması ve önerilerin sunumu için bir temel oluşmuş olur. Yeni fikirler üretme ve yaratıcılık bu aşamada önemlidir.

### 2.2.3. BÖLGESEL TURİSTİK GELİŞME PLANLARININ HAZIRLANMASI:

#### KARAR VERME

Bölgesel turizm planlamasının ikinci aşaması, araştırma ve değerlendirme ile belirlenen bölgenin durumuna dayalı olarak bölgesel turizm planlarının hazırlanmasıdır. Bu aşamada bölgesel turizm amaçları, politikaları, stratejileri ve uygulama planları (programlar ve projeler) belirlenir.

Turizm planları sıralaması içerisinde amaçlar temelde yer alır ve turizm politikası, stratejisi ve programı turizmin amaçları üzerine inşa edilir. Politika, strateji ve programlar amaçlardan doğarlar. Ancak, aralarında hiyerarşik bir düzen vardır. Politikalar amaçlardan, stratejiler amaçlardan ve politikalardan, uygulama planları ise amaçlar, politikalar ve stratejilerden doğarlar. Her amaca ulaşmak için izlenmesi gerekli politikalar, her stratejiye ulaşmak için izlenmesi gerekli programlar oluşturulur. Politikaların, stratejilerin ve programların doğruluğu ve başarısı seçilen amaçların doğruluğuna bağlıdır.

Bu kavramlar arasında önemli bağlar olduğu için birbirlerine karıştırılmaları olasıdır. Bu nedenle bir örnekle aralarındaki farkı açıklamak faydalı olabilir:

- \* **Amaç :** Ulaşılmak istenen ne ? Örneğin; turizm gelişimi (döviz, istihdam vb. için).
- \* **Politika:** Nasıl ulaşmak isteniyor ? Örneğin; sürdürülebilir turizm gelişimi ile (yani doğal ve kültürel kaynakları koruyarak).
- \* **Strateji:** Ne yaparak ulaşmak isteniyor ? Örneğin; sadece belirli pazar dilimleri hedeflenerek (kitle turistleri yerine özel ilgi turistleri tercih edilmesi gibi).
- \* **Proje ve Program:** Ne yapılacak ? Örneğin; seçilen hedef kitleye uygun tanıtım faaliyetlerinin yer, zaman, kişi ve yol göstererek ayrıntıları ile belirlenmesi. Amaçlara , politikalara ve stratejilere uygun hedeflerin belirlenmesi.
- \* **Geribildirim:** Gerçekleştirilen faaliyetlerin strateji, politika ve amaçlara uygunluğunun denetimi.

### 2.2.3.1. BÖLGESEL TURİZM AMAÇLARININ BELİRLENMESİ

Doğru amaçların seçimi doğru bilgiye, doğru bilgi ise uygun araştırmaya bağlıdır. Bu nedenle; turizm planlamasının amaçlarının belirlenmesi araştırma ve değerlendirme aşamasına dayanır. Araştırma ve değerlendirmeye dayalı olarak planların hazırlanması amaçların belirlenmesi ile başlar. İnsanların, işletmelerin ve kurumların geleceğe dönük bir çok istek ve beklentileri vardır. Ancak, bu istek ve beklentiler amaç olarak kabul edilirse, planlamada başarı elde edilemez.

Bir istek veya dileğin amaç olarak kabul edilebilmesi için, sınırları açık şekilde belli, eldeki imkanlarla ulaşılabilecek şekilde gerçekçi, akılcı bir nitelik taşıyıp taşımadığı araştırılmış, ulaşıldığında sağlayacağı yararları, kısa, orta ve uzun dönemdeki araştırılmış önemleri, iç ve dış koşullarda meydana gelebilecek değişikliklere göre değişebilme esneklikleri olmalıdır <sup>263</sup>.

Kişiler, gruplar ve bütün örgütler için arzu edilen sonuçları ifade eden amaçlar, yönetime bir yön sağlarlar ve mevcut başarıların ölçülmesi için kriterleri oluştururlar. Bu nedenle amaçlar, planlamanın temelini oluşturur <sup>264</sup>. Doğru işleri yapabilme yeteneği ve işleri doğru yapabilme yeteneği planlamada önemlidir. Yanlış amaçların seçimini hiçbir iş telafi edemeyeceği için, doğru işleri yapabilme daha önemlidir. Bununla birlikte, doğru amaçların belirlenmesi ve bu amaçlara ulaştıracak doğru araçların seçimi planlamanın iki boyutunu oluşturur

Amaçlar, en azından şu dört nedenle önemlidir;

1. *Amaçlar bir yön duygusu sağlarlar.* Belirli bir amaç olmaksızın kişiler ve örgütler gerçekten neye ulaşmak istediklerini bilmeksizin çevresel değişimlere tepki gösterirler ve herşeyi ellerine yüzlerine bulaştırma eğilimine girerler. Amaçlarını belirleyen insanlar ve örgütler motivasyonlarını güçlendirirler ve görünmez engellerle karşılaştıkları zaman onları aşmalarına yardım edecek araçları daha kolay belirleyebilirler.
2. *Amaçlar çabaları yoğunlaştırır.* Her kişi ya da her örgüt çeşitli amaçlarına ulaşmakta kullanacağı sınırlı kaynaklara sahiptir. Bunlardan sadece birinin veya birbiri ile ilişkili olanlarının seçimi, kısıtlı kaynakları kullanma yolu hakkında kararlılık sağlar ve öncelikler belirlenmeye başlanır. Bu, özellikle bir çok kişinin faaliyetlerini uyumlaştırmak zorunda olan örgütler için daha fazla önemlidir.

<sup>263</sup> Mehmet ŞAHİN, *İş İdaresi*, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:39, Etam A.Ş., İzmir, 1990, s. 89.

<sup>264</sup> S. P. ROBBINS, a.g.e., Dipnot No: 25, s. 194.

3. *Amaçlar planlara ve kararlara rehberlik sağlar.* Neye ulaşmak istendiği sorusunun yanıtı, kısa ve uzun dönemli planları şekillendirerek, kilit kararların verilmesine yardım eder.
4. *Amaçlar gelişmeyi değerlendirmeye yardım ederler.* Açık şekilde ifade edilen, belirli bitiş zamanları ile ölçülebilen amaçlar çok kolay şekilde bir performans standardı haline gelirler. Bu nedenle amaçlar, amaçlara uygun faaliyetlerin gerçekleştirildiği ve amaçlara ulaştıracak doğru planların yapıldığını denetleme sürecinin önemli bir parçasıdır. Böylece, eğer yanlış yolda olunduğu görülür ya da öngörülmeleyen durumlarla karşılaşırsa, gerekli düzeltmeleri yapmak için planlar değiştirilir. Yeniden planlama, bir örgütün amacına ulaşmasında, bazan kilit faktördür.

Amaçların nasıl belirleneceği ise yine bir süreç ile ifade edilebilir. Bu süreç yaşamda bulunuş sebebini anlatan bir görev (misyon) tanımı ile başlar<sup>265</sup>. Bu görev gözden geçirilerek amaç formüle edilir ve bu görevin katı ifadelerle çevrilmesi ile amaçlar tespit edilir<sup>266</sup>. Bütün örgütler amaçlarını tanımlayan ve "hangi iş ve işlerin içindeyiz?" sorusuna yanıt veren bir göreve sahiptir<sup>267</sup>. Görev; varoluş nedenidir ve örgütün toplum içindeki rolünü ifade eder.

Amaçların nasıl ve kim (ya da kimler) tarafından belirleneceği konusunda "geleneksel amaç belirleme ve amaçlara göre yönetim" olmak üzere iki yaklaşım vardır. Geleneksel amaç belirlemenin temel felsefesi amaçların örgütün en üst düzeyinde belirlenmesi ve örgütün her seviyesine alt-hedefler olarak dağıtılmasıdır. Bu tek yönlü bir süreç olup, yukarıdan aşağıya doğru standartların empoze edilmesidir ve bu geleneksel yaklaşım üst yönetimin en iyisini bildiği varsayımına dayanır. Amaçlara göre yönetimin temel felsefesi de genel amaçların örgütün birimlerine ve bireylerine daha özel amaçlar olarak çevrilmesinde yatmaktadır. Böylelikle amaçlar uygulanabilir hale gelmektedir. Çünkü, alt birimler de amaçların belirlenmesine katkı sağlamaktadırlar<sup>268</sup>.

Geniş bir kapsam içinde ele alındığında turizm planlamasının temel amaçları; dört grup altında toplanabilir<sup>269</sup>:

- Turizm; insanların turizme katılma arzusu ile başlar ve turizmden elde edilen tatminle biter. Turizm sisteminin merkezinde yer alan turistler bütün turizm faaliyetlerinin odağıdır. Turistler olmaz ise turizm de olmaz. Ürünü satın alacak

<sup>265</sup> Halil CAN, **Organizasyon ve Yönetim**, Adım Yayıncılık, Ankara, 1991, s.67.

<sup>266</sup> J. A. F. STONER and R. E. FREEMAN, a.g.e., Dipnot No: 26, s.190

<sup>267</sup> S. P. ROBBINS, a.g.e., Dipnot No: 25, s. 213.

<sup>268</sup> S. P. ROBBINS, a.g.e., Dipnot No: 25, s. 197-200.

<sup>269</sup> C. A. GUNN, a.g.e., Dipnot No: 13, s. 201 -203.

kimsenin olmadığı yerde üretimin verimliliğinin ve kalitesinin planlanması akılcı bir davranış olmaz. Turistler açısından önemli olan turizm harcamasından elde ettiği tatmindir. Bu nedenle, turizm planlamasının temel amaçlarından biri, talep ettikleri ve kullandıkları mal ve hizmetler için yaptıkları harcamalar ile maliyetlerin büyük bir kısmını üstlenen turistlerin tatmin edilmesidir.

- İster kamu kesimi ister özel kesim olsun turizm işletmecileri ve yatırımcılarının turizmden kazanç sağlaması gerekir. Sundukları hizmetin karşılığını alamazlar ise hizmetlerini yerine getiremezler. Yatırımcılar ve işletmeciler; çevrelerinden temin ettikleri kaynakları ve personellerinin yeteneklerini kullanarak sağladıkları çıktılarla (mal ve hizmet) turistleri tatmin etmek ve kendi örgütsel amaçlarına ulaşmak isterler. Bu nedenle; turizm planlamasının amaçlarından biri yatırımcı ve işletmecilerin kar elde etmesidir. Aynı zamanda, turizmde istihdam edilen insanlar yani yatırımcı ya da işletmecilerin iş verdikleri insanlar; iş güvencesi, mesleklerinde ilerleme, işlerinden tatmin ve gelir beklerler. Bu nedenle, turizm planlamasının amaçlarından biri de turizm çalışanlarının tatmin edilmesidir. Yatırımcılar, işletmeciler ve bunların çalışanları; turizm gelişimine doğrudan doğruya karışan gruptur.
- Kamu kurum ve kuruluşlarının turizm gelişimindeki harcamaları ve kazançları farklı bir özellik taşır. Bu özellikler dikkate alınarak kamu kurum ve kuruluşlarının turizm gelişimindeki amaçları belirlenir.
- Turizm faaliyetlerinin temel alanı turizm bölgesidir. Ancak, aynı bölge yerel halkın sürekli yaşadığı bir mekandır ve turizm yerel hayatın sadece bir parçasıdır. Turizm, artan ekonomik faaliyetler ve istihdam gibi turizm bölgesine bir çok fayda sağlayabilir. Bununla birlikte olduğu yerdeki fiziksel, sosyal ve ekonomik çevreden girdiler talep eden turizm; yerleşik topluma ve kaynaklara onarılamayacak zararlar da verebilir. Turizm; turizm bölgesinin ekonomik ve ekonomik olmayan bütün boyutlarının bir parçasıdır. Bu nedenle, turizm planlaması; yerel insanların sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik amaçları ile turizm gelişimini bütünleştirmeyi ve bu yolla kaynakların korunarak kullanmasını amaç edinmelidir. Bu grupta; turizm faaliyetleri ile doğrudan ilgilenmese de turizm gelişiminden yaşayışları etkilenen halk ve yatırımcılar yer alır.

Bölgesel turizm planlamasının amacı; işletmelere yeterli bir karlılık sağlamak, bölgenin gelirlerini artırmak ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak olduğu kadar turizmin dayandığı ve onun varoluş nedenini oluşturan kaynakların korunması ve

optimal kullanımını sağlamasıdır<sup>270</sup>. Turizmin amaçları; turizm bölgesinin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel amaçları ile uyum içerisinde olmalı, ulusal ve bölgesel çıkarları desteklemeli ve turizm politikasının oluşturulmasından önce belirlenmelidir<sup>271</sup>.

Dışsal ve içsel kısıtlar dikkate alınarak turizmin genel amaçları belirlendikten sonra daha özel turizm hedefleri oluşturulur. Tablo 10, genel bir amaca göre belirlenmiş ve bu amaca ulaşmaya hizmet eden hedefleri göstermektedir.<sup>272</sup>

## 2.2.3.2. BÖLGESEL TURİZM POLİTİKALARININ BELİRLENMESİ

Planlama; sadece amaçları ortaya koymak değil, onlara ulaşmak için atılacak adımları da ortaya koymak demektir. Planlamada yapılacak işlerin hareket yönünün ortaya konması gerekir<sup>273</sup>.

**“Politika, bir faaliyet veya eylemin kılavuzu, yol göstericisi ya da bir amaca ulaşmak için izlenen yol”**<sup>274</sup> olduğuna göre planlamanın en önemli unsurlarından biridir. Çünkü, **“politikalar, karar almaya yol gösterici nitelikte geniş çerçeveleri çizer”**<sup>275</sup>. Bu açıdan politikalar; kararların ve dolayısıyla stratejilerin sınırlarını çizen ve düşünce yapısını da yansıtan geniş kapsamlı yol gösterici bir işleve sahiptirler.

Politika; hem bir ilke veya ilkeler sistemi hem bunlarla ilgili kurallar topluluğudur. **“Politikaların amaçlardan temel farkı amaçlara nasıl, hangi yollarla ulaşılabileceğini belirlemesidir”**<sup>276</sup>. Başka bir deyişle politikalar; kesinlikle amaçlar değil, amaçların başarılması için kullanılan araçlardır.

Turizm planlaması sadece amaçları değil, amaçlara ulaşmak için nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini de ortaya koymayı gerektirir. Turizmin amaçlarına ulaşmanın değişik yolları bulunabilir. Turizm politikasının oluşturulması bu yollardan seçim yapma sanatıdır ve turizmde belirlenen amaçlara ulaşmak için izlenecek yolu gösterir.

<sup>270</sup> A. TİMUR, O. İÇÖZ, vd., a.g.e., Dipnot No: 7, s.159.

<sup>271</sup> R. C. MILL and A.M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 313.

<sup>272</sup> İlyas BAKER, "The Objective Tree in Tourism Planning", **Journal of Travel Research**, Vol. 28, No: 4, 1990, s.33-36.

<sup>273</sup> İnan ÖZALP, **Yönetim ve Organizasyon**, Cilt I, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1986, s. 113.

<sup>274</sup> K. TOSUN, a.g.e., Dipnot No: 30, s. 4.

<sup>275</sup> Esin ERGİN, **İşletme Politikası**, Der Yayınları, İstanbul, 1992, s. 9.

<sup>276</sup> İ. ÖZALP, a.g.e., Dipnot No: 273, s. 132.

**Tablo 10: Turizm Planlaması Hedef Ağacı**

- 1. Bölgesel turizm endüstrisinin ulusal sosyo-ekonomik gelişmeye katkısını artırmak**
  - 1.1. Yabancı döviz gelirlerini artırmak**
    - 1.1.1. Proje alana gelen yabancı ziyaretçi sayısını, kalış sürelerini ve harcamalarını artırmak
      - 1.1.1.1. Hizmetleri, altyapıyı ve kaynakları daha nitelikli hale getirmek ve artırmak
      - 1.1.1.2. Kaynaklarla ilişkili olarak uygun pazarlama ve satış geliştirme stratejileri geliştirmek
    - 1.1.2. Kaynaklarla ilişkili olarak uygun pazarlama ve satış geliştirme stratejileri geliştirmek
  - 1.2. Çevrenin kalitesini ve yerel halkın isteklerini dikkate alan bölgesel sürdürülebilir sosyo - ekonomik kalkınmaya turizmin katkısını artırmak**
    - 1.2.1. Proje alanına gelen yerli turist sayısını, kalış sürelerini ve harcamalarını artırmak
    - 1.2.2. Yerel halk için mevcut rekreasyon fırsatlarını muhafaza etmek ve geliştirmek
    - 1.2.3. Yerel halka turizmde istihdam ve gelir artırıcı imkanlar sağlamak
      - 1.2.3.1. Turizm ve ekonominin diğer sektörleri arasında ileriye ve geriye dönük bağlar geliştirmek
      - 1.2.3.2. Ekonominin formal veya küçük ölçekli kesimlerine yardımcı olmak ve danışmanlık hizmeti vermek
    - 1.2.4. Çevre üzerindeki mevcut ve potansiyel olumsuz etkileri kontrol etmek
      - 1.2.4.1. Büyük öneme sahip kaynakların veya alanların belirlenmesi ve arazi kullanım planlaması için programlar ve yönetim rehberleri oluşturmak
      - 1.2.4.2. Katı atık toplama sisteminin etkinliğini artırmak
    - 1.2.5. Yerel çıkar gruplarına turizm kalkınması konusunda görüşlerini bildirme fırsatları vermek
      - 1.2.5.1. Mevcut danışmanlık ve katılım sisteminin düzeyinin yükseltilmesi
    - 1.2.6. Turizmin tutundurulması için sosyo-kültürel mirası korumak veya geliştirmek
      - 1.2.6.1. Sosyo kültürel miraslarını korumaları ya da geliştirmeleri için yerel halkta ilgi uyandırmaya yönelik örgütler kurmak, fonlar oluşturmak, danışmanlık etmek
    - 1.2.7. Turizmden elde edilen vergi, kira ve yatırımlar yolu ile bölgesel geliri artırmak
  - 1.3. Turist tatminini artırmak**
    - 1.3.1. Turist ve yerel halk arasındaki iyi ilişkileri güçlendirmek
      - 1.3.1.1. Misafirlerine karşı iyi davranmalarının gerekliliği ve turizmin öneminin anlaşılması için yerel halkın eğitilmesi
      - 1.3.1.2. Yerel değerleri ve gelenekleri anlaması için turistleri eğitmek
    - 1.3.2. Turistlere sunulan mal ve hizmetlerin kalitesini ve fiyatlarını kontrol etmek
      - 1.3.2.1. Turizm hizmetleri için kalite kontrol ve sertifikasyon sistemleri kurmak
      - 1.3.2.2. Turizm endüstrisi ile ilgili yerli insanlar için danışmanlık ve eğitim sağlamak
  - 1.4. Yatırımcılar üzerindeki maliyet zorluklarını azaltmak**
    - 1.4.1. Karlı yatırımı teşvik eden yasalar/düzenlemeler/politikalar oluşturmak
    - 1.4.2. Yatırım projelerinin uygulanmasını kolaylaştırmak
      - 1.4.2.1. Uygulama süreci ile ilgili hükümet birimleri arasındaki işbirliğini geliştirmek
      - 1.4.2.2. Mevcut idari uygulama ve düzenlemeleri daha elverişli hale getir ve/ veya daha etkili olan yenilerini önermek
    - 1.4.3. Yatırımlarda ve pazarlamada kamu/özel sektör arasındaki işbirliği ve yardımlaşmayı geliştirmek
      - 1.4.3.1. Kamu sektörünün bütçesinin turizm geliştirme projeleri için artırılabilirliği yolları önermek
      - 1.4.3.2. Daha iyi işbirliğine imkan sağlaması için hem özel hem de kamu örgütlenme yapısında değişiklikler önermek
    - 1.4.4. Yatırım için potansiyeli olan mevcut ve yeni alanlarda altyapıyı artırmak ve iyileştirmek.

Kaynak: İlyas BAKER, The Objective Tree in Tourism Planning, *Journal of Travel Research*, Vol. 28, No. 4, 1990, s. 33-36'dan düzenlenmiştir.

Genellikle birden fazla amaç var olacağından, bunlar arasında bir denge sağlamak oldukça önemlidir. Bu amaçları bir öncelik listesi halinde belirlemekte çok önemlidir. Amaçları önem sırasına göre dizmek ve bunlara gerekli oran ve ölçüde çaba ayırmak, yöneticinin felsefesine bağlı bir durumdur. Eldeki kaynakların çeşitli amaçlara optimal bir şekilde ayrılma ve dağılımını belirten böyle bir öncelik listesi, aynı zamanda, yöneticinin veya politikacının değer yargıları dizisini de yansıtır <sup>277</sup>.

Turizmin birbiri ile çelişkili etkileri nedeni ile olumlu etkileri artırırken olumsuz etkileri azaltmak kolay değildir. Bu nedene, bütün çıkar gruplarının memnun olmadığı durumlarda uzlaşma aranır <sup>278</sup>.

Amaçlar arasında ve amaçlar içinde bazı çatışmalar olduğu görülebilir. Hangi grubun ihtiyaçlarının karşılanmasına öncelik verilecektir sorusunun yanıtı; amaçlar arasında bir öncelik sırasının oluşturulmasını gerektirir ve farklılıklar gösterebilir. Amaçlar arasında bazı çatışmalar olduğu gibi uyumlar da olabilir. Örneğin; kumar oyunlarının desteklenmesi turizmin ekonomik hedefleri ile tutarlı, ancak, bölgenin kültürel hedefleri ile tutarsız olabilir. Hava limanlarının olduğu bölgelere daha fazla turist gelmesini desteklemek ödemeler dengesine katkıda bulunur ancak bölgesel ekonomik kalkınmanın sağlanması gibi diğer bir ekonomik hedefe ulaşamayabilir. Turizm ve rekreasyonun birlikte ele alınması ise hem yerel halkın boş zamanlarını değerlendirme ihtiyacını karşılarken hem de turistlerin tatminini artırarak uyum gösterebilir. Toplum için neyin daha iyi olduğu ve toplumun ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağına karar verildiğinde çatışma problemi çözümlenebilir. Hedefler arasındaki ve içindeki bu tür tutarsızlıklar ise politikalar ile çözülür.

Amaçlara hangi yoldan ulaşılacağı turizm politikası ile belirlenir ve turizm politikası turizmin amaçlarına yönelik bir grup hedeften oluşur. Tablo 11'de değişik ülkelerin turizm politikası hedefleri örnek olarak gösterilmektedir. <sup>279</sup>

Turizm politikasının hedefleri dışsal ve içsel sınırlayıcı faktörlerin etkisi altında belirlenir. Turizm politikası; turizm gelişiminde benimsenen amaçlara hangi yollarla ulaşılacağını belirleyen ilkeler topluluğunu temsil eder. Turizm politikasının ilkeleri; arz ve talep yönündeki karar organları tarafından uzlaşılan ilkelere dayanır ve diğer planların hazırlanmasına ışık tutarak, onların amaçlara yönelik olmasını sağlar. Turizm politikasının belirlenmesi; amaçlara ulaştıracak yön seçiminin kararlaştırılmasına yardımcı olacak ilkelerin belirlenmesidir.

<sup>277</sup> Kemal TOSUN, **Yönetim ve İşletme Politikası**, İşletme Fakültesi Yayın No:232, İstanbul, 1990, s. 6.

<sup>278</sup> A. MATHIESON and G. WALL, a.g.e., Dipnot No: 3, s. 178.

<sup>279</sup> Chuck Y. GEE, James C. MAKENS and Dexter J.L. CHOY, **The Travel Industry**, Second Edition, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, s. 101-102.

**Tablo 11: Değişik Ülkelerin Turizm Politikaları**

| ÜLKE             | TURİZM POLİTİKASI AMAÇLARI/HEDEFLERİ                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| KANADA           | Turizm endüstrisini büyütmek ve etkinliğini artırmak, turizm gelirlerini ençoklamak, yaşam kalitesinin yükseltilmesine katkısını ençoklamak, Kanada'nın bütün kesimlerinde turizm faaliyetlerinin artırılması, Kanada'daki ekonomik farklılıkların azaltılması. |
| MEKSİKA          | Turizmi geliştirmek, turizm faaliyetlerini muhafaza etmek, turizm kaynakları yaratmak, geliştirmek, korumak, kollamak                                                                                                                                           |
| BİRLEŞİK KRALLIK | Büyük Britanya'ya yönelik ve Büyük Britanya içindeki ziyaretçi trafiğini desteklemek, mevcut turizm tesislerini geliştirmek ve yeni yapılanları desteklemek, turizmin istihdam ve gelire katkısını en yüksek düzeye çıkarmak.                                   |
| İRLANDA          | Turizmin ödemeler dengesine, yaşam kalitesine, kültürel mirasın korunması ve güçlendirilmesine, fiziksel kaynakların korunmasına katkısını artırarak ve turizm gelirlerini optimize ederek turizm gelişiminin faydalarını ençoklamak                            |
| FRANSA           | Turizm talebini büyütmek, kırsal alanlarda istihdam ve gelirin gelişimini güdülemek, nüfusun orta ve alt gelir gruplarının turizme katılımını desteklemek.                                                                                                      |
| İSPANYA          | Uluslararası ziyaretçi trafiğinin büyümesini desteklemek, kırsal rekreasyon tesislerinin büyümesini desteklemek, istihdamı ve turizm gelirlerini en yüksek düzeye çıkarmak, bölgesel gelir farklılıklarını azaltmak.                                            |
| HONG KONG        | Uluslararası ziyaretçi trafiğini en yüksek düzeye çıkarmak.                                                                                                                                                                                                     |
| JAPONYA          | İç turizm ve uluslararası turizmin gelişimini desteklemek, uluslararası dostluğa katkı sağlamak, ekonomiyi geliştirmek, bölgesel ekonomik ve sosyal farklılıkları azaltmak.                                                                                     |

Kaynak: Chuck Y. GEE, James C. MAKENS and Dexter J.L. CHOY, **The Travel Industry**, Second Edition, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, s. 101-102 'den uyarlanmıştır.

Gelişen ve değişen turizm anlayışı doğrultusunda sürekli olarak yeni anlamlar, boyutlar ve hedefler kazanan turizm politikası; ülkenin koşulları değiştikçe değişir<sup>280</sup>. Turizm politikası; turizmi geliştirmenin amacına, turizm kaynaklarına ve ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel şartlara bağlı olarak çok değişik şekiller alabilir. Turizm gelişimi politikasının belirlenmesinde düşünülmesi gereken ve turizm gelişimi politikasının oluşumunu etkileyen çeşitli faktörler vardır. Turizm politikasının geliştirilmesi ya da turizm politikasının belirlenmesi süreci, Şekil. 22., aşağıdaki eşitlikle açıklanabilir<sup>281</sup>:

Temel Turizm Politikası Eşitliği:  $P = f(A) + f(K) + f(Ş)$ .

Bu eşitlikte; P = Geliştirilen turizm politikası, A = Amaçlar ve hedefler,

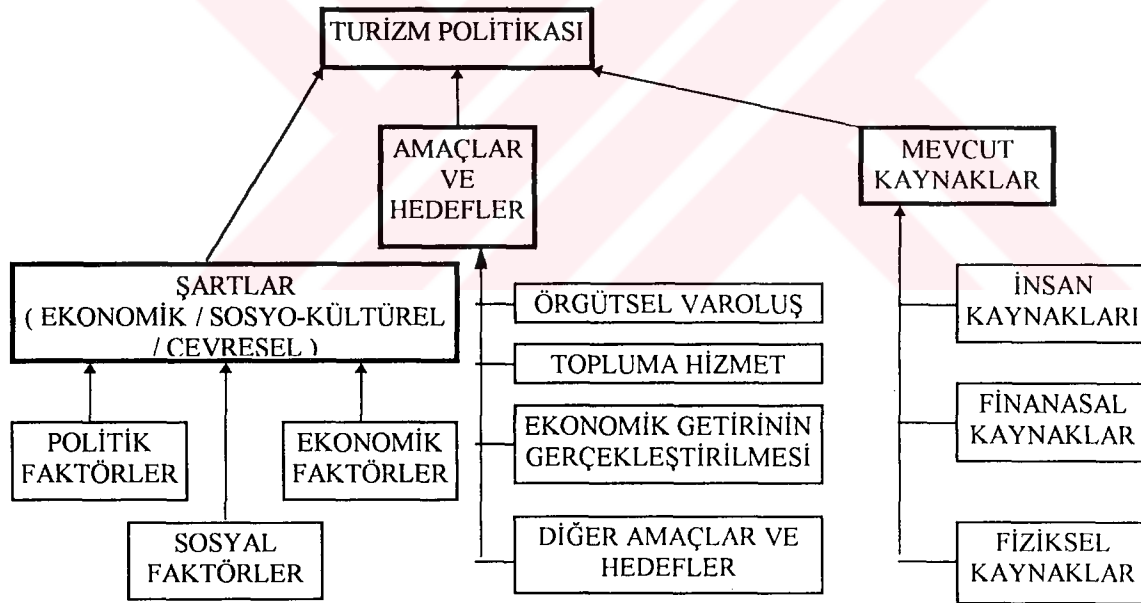
K = Mevcut kaynaklar, Ş = Şartlardır.

<sup>280</sup> H. OLALI, a.g.e., Dipnot No: 24, s. 29.

<sup>281</sup> David L. EDGELL, "The Formulation of Tourism Policy - A Managerial Framework" **Travel, Tourism, and Hospitality Research : A Handbook for Managers and Researchers**, Editörler: J. R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley & Sons, New York, s. 30.

Turizm politikasının oluşumunu etkileyen faktörleri ise turizm politikası etkiler. Bu etkileşim süreci Şekil 23'de açık bir şekilde görülmektedir. Turizm bölgesinin ihtiyaçları turizmin amaçlarını ortaya koyduğuna göre turizmin amaçlarının turizm bölgesinin ihtiyaçlarını yansıttığı ve turizm bölgesinin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğu söylenebilir. Ancak, amaçların gerçekçi olabilmesi için amaçlara ulaştıracak daha özel hedeflerin belirlenmesinde mevcut pazar ve kaynak faktörleri gibi sınırlayıcıların dikkate alınması gerekir. Turistik bölge açısından bu kısıtlar dışsal ve içsel faktörler olarak ikiye ayrılabilir. Dışsal faktörler bölgenin doğrudan kontrolünün dışındaki faktörlerdir. İçsel faktörler ise turizm politikası ve diğer araçlarla doğrudan kontrol edilebilir. Turizmin amaçlarına ulaşmak ve ihtiyaçları gidermek için politikaya dayalı olarak geliştirilen stratejiler ve programların sonuçları ise pazar kısıtlarını ve kaynakları etkiler. Örneğin; çekiciliklerin ve tesislerin niteliği çekecek turistlerin tipini belirler. Eğer turistler tesislerde banyo istiyorsa tesislerin banyolara sahip olması konusunda destekleyici önlemleri almak gerekir <sup>282</sup>.

Şekil 22. Turizm Politikasının Belirlenmesi



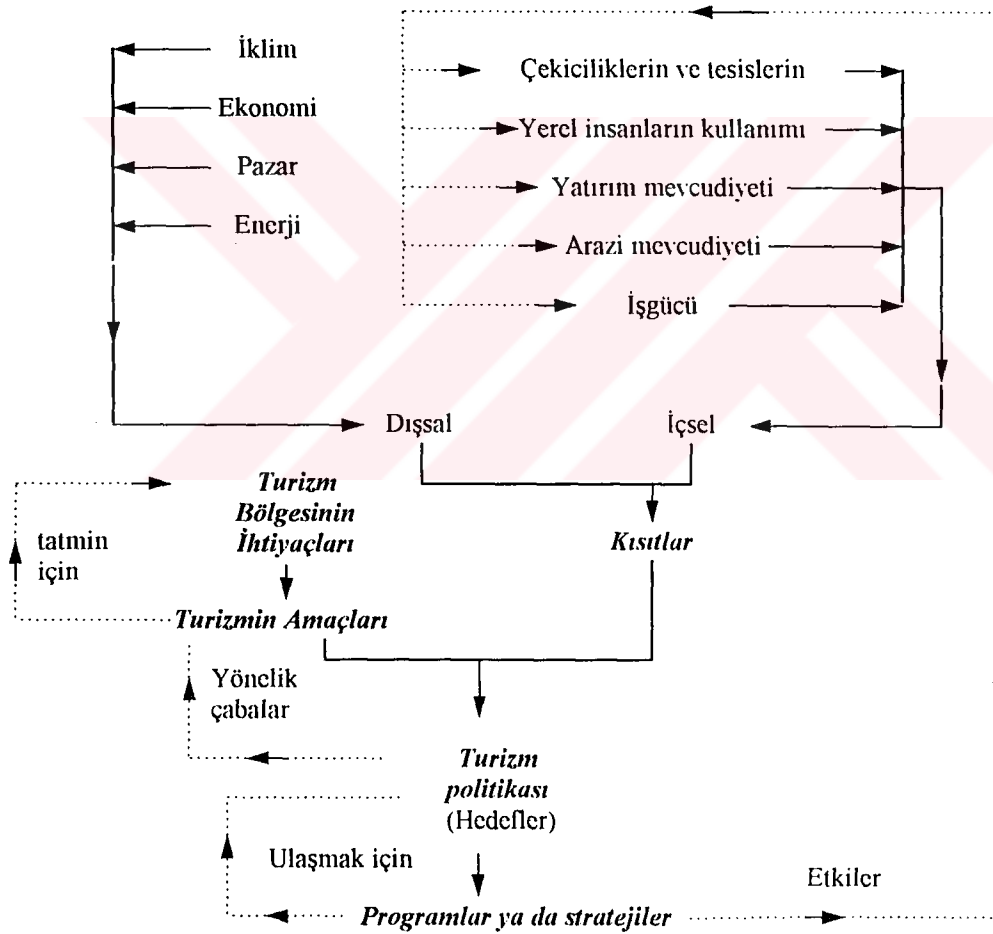
Kaynak: David L. EDGELL, "The Formulation of Tourism Policy - A Managerial Framework" *Travel, Tourism, and Hospitality Research : A Handbook for Managers and Researchers*, Editörler: J. R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley & Sons, New York, s.30.

<sup>282</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 313.

Turizm politikası turizmin amaçlarına nasıl ulaşılacağına bir ifadesi olduğu için turizm gelişiminin amaçları, politikanın oluşturulmasında en önemli temeli sağlar. Örneğin; amaç olumsuz sosyo-kültürel etkilerin en alt düzeye indirilmesi ise politika kontrollü ve sınırlı bir turizm gelişimi olabilir. Turizm gelişiminin amaçları çoğu kez politikada belirtildiğinden amaç ile politika kavramları karıştırılabilir.

Mevcut turizm gelişiminin türü ve alt-yapısı, turistik çekicilikler, hizmetler ve turizm pazarları, turizm gelişimi politikasının belirlenmesinde dikkate alınır. Bu alanlarda yapılacak araştırmaların bulguları ve değerlendirilmesi turizm politikasının gelişimine ışık tutar. Bu nedenle politikanın belirlenmesi; durum değerlendirmesi ve amaçların belirlenmesini izler. Sosyo-ekonomik ve çevresel faktörler, özellikle sosyal ve çevresel taşıma kapasiteleri turizm politikasının belirlenmesinde önemli faktörlerdir.

**Şekil 23 . Turizm Politikası Modeli**



———— Doğrudan etkiyi göstermekte

..... Geribildirim etkisini

Kaynak: Robert Christie MILL and Alastair M. MORRISON, *The Tourism System*, Second Edition, The Prentice-Hall International, Inc., New Jersey, 1992, s. 312.

Turizm politikasının çok boyutluluğu ve dinamikliği; politika hedefleri, stratejiler ve programların önündeki engelleyici faktörlerin zaman içinde değişmesinden ve uygulama aşamasında karşılaşılan sorunlara göre uyarlanması zorunluluğundan kaynaklanmaktadır.

Turizm politikaları; yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı farklılıklar gösterebilir ve çok değişik şekiller alabilir. Turizm politikası ilkelerine aşağıdaki maddeler örnek olarak verilebilir:

- ⇒ Turizm gelişiminin bütün boyutları; kurumsal, çevresel ve sosyo-ekonomik yansımaları da dahil edilerek analiz edilecek ve kapsamlı bir şekilde planlanacaktır.
- ⇒ Turizmin hem kendi içinde bütünleşmesi hem de ülkenin ya da bölgenin bütün gelişimi ile bütünleşmesi sağlanacaktır.
- ⇒ Turizm; doğal ve kültürel kaynakları zarara uğratmayacak ve gelecek nesillerin kullanımı içinde korunacak bir yolla planlanarak geliştirilecek ve yönetilecektir.
- ⇒ Toplumsal yapıya uygun ve kabul edilebilir bir turizm gelişiminin sağlanması için turizm planlama ve karar verme sürecinde yerel halkın katılımı artırılacaktır.
- ⇒ Turizm gelişimi politikası gerçekçi ve uygulanabilir şekilde formüle edilecektir. Bu nedenle, turizm politikasının oluşturulması süresince uygulama teknikleri, stratejileri ya da programları dikkate alınacaktır.

Turizm politikasının formülasyonunda belirtilebilecek temel konulara aşağıdaki maddeler örnek olarak verilebilir.<sup>283</sup>

- Turizmi geliştirmenin nedenleri politikada belirtilir. Bu nedenler genellikle aşağıda sıralanan unsurların bir karmasından oluşmaktadır:
  - \* Geliri artırma, istihdam sağlama, döviz kazanma, kamu gelirlerini artırma, diğer sektörlerin gelişimi için turizmi bir araç olarak kullanma gibi ekonomik nedenler.
  - \* Kùltürler arası ilişkileri destekleme, ülkeyi başka ülkelere tanııtma (uluslararası turizm) ve insanların kendi ülkelerini tanımaları ve rekreasyon fırsatlarının sağlanması (iç turizm) gibi sosyal nedenler.
  - \* Başka türlü kaynak bulunmadığı için çevresel ve kültürel koruma amaçları için turizmi kullanma.

---

<sup>283</sup> WTO, a.g.e., Dipnot No. 35, s. 22-24.

- Geliştirilecek turizm şekli ve çekilecek uluslararası ve iç turizm pazarları temel politika konularından biridir. Genellikle bir bölgede geliştirilmeye uygun farklı turizm şekilleri bulunabilir, fakat bunlar alanlara ve zamana göre farklılıklar gösterebilir.
- Diğer bir konu turizm gelişiminin pazar-eğilimli mi yoksa ürün eğilimli mi olacağıdır. Pazar eğilimli olma, gelişimin etkilerini dikkate almaksızın geniş bir pazarı çekebilecek turizm şekillerinin geliştirilmesidir. Ürün eğilimli olma; daha az ekonomik fayda sağlamasına rağmen çevre ve toplumla uyumlu olmayı dikkate alarak, sadece ürünle bu uyumu sağlayabilecek belirli pazarları hedef alarak turizmin geliştirilmesidir. Genellikle bu iki yaklaşım arasında denge sağlanmaya çalışılmaktadır.
- Gelişmeye ne boyutta izin verileceği diğer bir politika konusudur. Gelişme sınırlı mı olacak, orta düzeyde mi tutulacak yoksa ekonominin önemli bir sektörü haline gelmesi için desteklenecek mi ? Çevresel, sosyo-kültürel ve altyapı durumlarına bağlı olarak bir bölge farklı alanlarda ve zamanlarda farklı düzeylerde turizm gelişimine karar verebilir.
- Amaçlanan turizm büyüme oranının yavaş, orta ya da hızlı olması politika konusudur. Hızlı gelişme potansiyeli olmasına rağmen aşağıdaki nedenlerden dolayı büyüme oranı kontrol edilebilir:
  - \* Turizm gelişimine uyum sağlaması ve katılımı öğrenmesi için yerel halka yeterli zamanın tanınması gibi sosyal nedenler.
  - \* Alt-yapının gelişimi ile turistik tesislerin gelişiminin dengelenmesi için gelişim nedenleri.
  - \* Turizmde etkin bir çalışma için personel eğitime yeterli zamanın tanınması gibi işgücü kaynaklarının planlanması nedenleri.
  - \* Ekonomide karmaşa yaratmamak ve turizm gelişimini ekonominin diğer sektörlerine entegre etmek gibi ekonomik nedenler.
- Kamu ve özel sektörün turizm gelişimi ve yönetimindeki rollerinin tanımlaması önemli bir politika türüdür.
- Çevre korunması, kültürel muhafaza ve sürdürülebilir gelişimin sağlanması önemli politika konularıdır.
- Turizm gelişiminin yeri ve aşamaları politikada belirtilir.
- Turizm alt-yapısının çok amaçlı kullanımı, uluslararası ve iç turizm arasındaki ilişkiler gibi konular da politika ile ilişkilendirilebilir.

Örneğin; turizm gelişiminde kamu ve özel sektörün rolünün belirlenmesi; turizmin geliştirilmesinde hükümetin aktif, pasif ya da ikisinin ortasında nasıl bir rol üstleneceğinin belirlenmesidir. Ancak, turizm gelişimine hükümetin katılımının boyutu; hükümetin turizme verdiği öneme, ülkenin siyasal, ekonomik ve anayasal sistemine ve özel sektörün gelişmişliği ve sermaye imkanlarına bağlı olarak ülkenin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine göre ülkeden ülkeye değişebilir <sup>284</sup>.

Bu nedenle; turizmin gelişiminde kamunun rolünün ve özel sektör ile ilişkilerinin nasıl olması gerektiği konusunda bir ülkeden başka bir ülkeye transfer edilebilecek standart bir model yoktur <sup>285</sup>. Kamunun rolünün neler olması gerektiğini sıralamak yerine, hangi şartlarda kamunun nasıl bir rol üstlenmesi gerektiği konusunda öneriler getirmek daha mantıklı olabilir.

Bununla birlikte kamu sektörünün turizmdeki rolü; kamu ve özel sektör grupları arasında eşgüdüm sağlanması, turizm politikasının oluşturulması ve turizm planlaması, turizm yasaları ve yönetmeliklerinin oluşturulması, turizm gelişimi ve faaliyetleri, yatırımların, gelişimin ve pazarlamanın teşviki ve turizm personelinin öğrenim ve eğitiminin sağlanması olarak özetlenebilir. Kamu genellikle eşgüdüm işlevini yerine getirir. Turizmin değişik boyutları ile ilgili olarak devletin değişik kurumları arasında, ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde, kamu ve özel sektör grupları arasında çabaları verimli duruma getirmek için eşgüdüm gereklidir. Bu sorumluluk turizmden sorumlu bir örgüte verilebilir. Devlet turizmi üç yoldan teşvik edebilir <sup>286</sup>:

1. Finansal ve mali teşvikler, örneğin düşük faizli krediler ya da belirli bir zaman süreci için vergi muafiyeti ile özel sektörü yatırıma teşvik edebilir.
2. Genel olarak bütün sektörün faydalanacağı araştırmaları destekleyebilir. Devlet tanıtıma para harcayarak turizmi teşvik edebilir.
3. Turizm endüstrisi ile ilgili kişilerin değişik düzeylerde öğrenim ve eğitimi sağlayabilir.

Turizmin hangi sektörünün geliştirileceği, büyüme oranının ne olacağı, gerekli sermayeyi kimin sağlayacağı, arz ve talep gelişimi arasında dengenin sağlanması, turizm gelişiminin hangi coğrafi alanlarda gerçekleştirileceğinin belirlenmesi diğer politika konularıdır.

---

<sup>284</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 309.

<sup>285</sup> Charles OWEN, "Building a relationship between government and tourism", **Tourism Management**, December, Vol: 13, No: 4, 1992, s. 358-362..

<sup>286</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No: 14, s. 309-311.

### 2.2.3.3. BÖLGESEL TURİZM GELİŞME STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ

Strateji uzun dönemli temel amaçların saptanması ve bu amaçlara ulaşabilmek için gerekli kaynakların dağıtımı ve kullanımında kabul edilen yollardır <sup>287</sup>. Stratejik planlama, kaynakların daha etkin eşgüdümü ve beklenmeyen pazar olaylarına akılcı yanıtlar verebilmeyi sağlama yöntemi olarak pazarlama planlamasından kaynaklanmıştır. Stratejik kararlar, çevre faktörleri ve örgütsel yeterlilik arasındaki ilişkiler analizine dayalı kaynak tahsisleri ile ilgilidir. Stratejik kararlar örgütün çabalarına bir yön sağlar ve uygulama için gerekli taktiklere de dikkat çeker <sup>288</sup>.

Strateji; rekabete dayanan bir ortamda yeniliği, ilerlemeyi ve devamlı olarak çevre ile karşılıklı uyumu sağlayarak meydana gelen veya gelebilecek değişimleri lehte kontrol altına almayı sağlayan yönetsel bir araçtır. Bilgi ve iradeye dayanan dinamik ve ilerici bir yönetim ile uzun dönemdeki değişimlerin öngörülerek geleceğin sistematik olarak düzenlenmesini sağlar <sup>289</sup>. Yazılı hale getirilerek kesin bir kimlik kazandırılan stratejilere ise stratejik planlama denilmektedir <sup>290</sup>. Stratejik yönetim kavramının temel önerisi stratejik planlamadır. Stratejik planlama değişen çevre içinde kaynakların tahsisi ve fırsatlar arasında optimal uyumun korunması ve geliştirmesinin yönetsel bir sürecidir. Diğer bir anlatımla, çevre içinde değişen tehditlere ve fırsatlara tepkisel uyumdan çok önlemsel çabaları ifade eder <sup>291</sup>. Stratejik kararların özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir <sup>292</sup>:

- \* Örgütün (turizm bölgesinin) tüm işlevsel alanlarında uygulanır.
- \* Zaman boyutu açısından uzun dönemlerle ilgilidir.
- \* Geleceğin çevre özelliklerini belirlemek için tahminler yapılarak, sahip olunan varlıkların gelecekteki fırsat ve tehditlerin içerisine yerleştirilmesi kararları olduğu için geleceğe yönelme eksenini gösterir.
- \* Bütün birimlerin örgüt (turizm bölgesi) üzerine olan etkileri değerlendirildikten sonra alındığı için sistem yaklaşımına sahiptir.

<sup>287</sup> Erol EREN, **İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim**, Cilt 1, Yenilenmiş 3. Baskı, İşletme Fakültesi yayın No: 234, İstanbul, 1990, s. 6-8.

<sup>288</sup> D.J. GILBERT and R. KAPUR, *Strategic Marketing Planning and the Hotel Industry*, **International Journal of Hospitality Management**, Pergamon Press Plc., Vol. 9, No:1, Great Britain, 1990, s. 28-29.

<sup>289</sup> J. A. F. STONER ve R. E. FREEMAN, a.g.e., Dipnot No: 26, ss.194-196.

<sup>290</sup> E. EREN, a.g.e., Dipnot No: 287, s. 15.

<sup>291</sup> Kye-Sung CHON and Michael D. OLSEN, "Applying the strategic management process in the management of tourism organizations, **Tourism Management**, Vol.11, No. 3, September, 1990, s. 207.

<sup>292</sup> Ali AKDEMİR, **AT İşletmeleriyle Bütünleşmede Teknolojinin Stratejik Yönetimi**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 555, Eskişehir, 1992, s. 147-150.

- \* Örgütün (turizm bölgesinin) dış çevreden etkilendiğini ve dış çevreyi etkilediğini, iç işlevlerin oluşturulmasında dış çevreye açık olduğunu kabul ettiği için açık sistem yaklaşımına sahiptir.
- \* Daha alt seviyede alınan kararların şemsiyesidir.

Turizm gelişiminin genellikle birden fazla amacı olacağından, bunlar arasında bir denge sağlamak oldukça önemlidir. Amaçları önem sırasına göre dizmek ve bunlara gerekli düzeyde çaba ayırmak, diğer bir deyişle, eldeki kaynakların çeşitli amaçlara optimal bir şekilde ayrılması ve dağıtımını belirten bir öncelik listesini belirlemek ve planlamanın amaçları arasında uzlaşma aranması turizm stratejilerinin belirlenmesini gerektirmektedir.

Planlama; amaçlara ulaşma çabası ile geleceğe hazırlanma ve geleceği tasarlama faaliyeti olduğu için planlamanın stratejik olması gerekir. Stratejik olmayan planlamanın anlamı ortadan kalkmaktadır.

Stratejik yönetim sürecinde etkin bir stratejinin belirlenebilmesi için amaçların açık olarak belirlenmiş olması gerekir. Çevre analizleri yolu ile fırsatlar ve tehditlerin tanımlanması, kaynakların analiz edilmesi ile güçlü ve zayıf yönlerin tanımlanması ve görev ve amaçların yeniden değerlendirilmesi yolu ile stratejik kararlara ulaşılabilir.

Diğer bir deyişle stratejik planlama; amaçlar ve imkanlar ile değişken dış çevre fırsat ve tehlikeleri arasında uzun süreli ve sürekli olarak uyum sağlama sürecidir. Bu nedenle, çevrenin bir defa analiz edilmesi değil sürekli olarak çevre faktörleri ile ilgili bilgi toplanması ve bunların değerlendirilmesi gerekir.

Bir bölgenin zayıf ve güçlü yönlerinin belirlenmesi; rekabet üstünlüğü elde edilebilecek alanların belirlenmesine yardımcı olur. Güçlü olunan yönler; amaçlara ulaşmada katkı sağlayacak olumlu durum ve yeteneklerdir. Zayıf yönler ise amaca ulaşmayı engelleyen olumsuz özellikler ve durumlardır. Güçlü ve zayıf yönlerin belirlenebilmesi için rekabet ortamındaki başarı faktörlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Belirlenen başarı faktörleri ile sahip olunan kaynak ve imkanlar karşılaştırılarak, başarısızlıkları önleyecek ya da en aza indirecek fırsatlardan yararlanmaya olanak tanıyacak güçlü yönler belirlenir. Bu başarı faktörleri ile rakiplerin güçlü ve zayıf yönleri karşılaştırılır ve rakiplere göre güçlü ve zayıf yönler kıyaslanır. Bölgenin fiziksel ve insan kaynakları, ekonomisi ve sosyal yapısının turizm gelişimine uygunluğu ve turizmin geliştirilmesine katkı sağlayacak veya turizm gelişiminden etkilenecek kültürel geleneklerin belirlenmesi ile güçlü veya zayıf yönler belirlenir.

Fırsatlar ve tehditlerin, güçlü ve zayıf yönlerin incelendiği çevresel analize SWOT analizi de denilmektedir <sup>293</sup>. Bu bilgiler ile amaçların gerçekçi olarak belirlenmesi kolaylaşmaktadır. Mevcut turizm gelişimi ve turizm gelişimi tipi, turizm gelişiminde rol alan dışsal ve içsel kurumlar ve bunların faaliyetleri, politikaları tanımlanır. Turizm trendleri, dışsal faktörlerin rolü, bazı yerel kurum ve kuruluşların faaliyetleri ve bunların yarattığı tehditler ve fırsatların belirlenmesi ile kaçınılacak tehditler ve faydalanılacak fırsatlar belirlenir.

Bölgesel turizm planlamasında uygun stratejilerin belirlenmesi üç aşamada gerçekleşir <sup>294</sup>:

1. Bölgenin turizm tesisleri ve hizmetlerinin analizi: Bölgedeki toplam turizm arzı bölgedeki turizm hizmetleri ve tesislerinin sunumlarından oluşmaktadır. Bu işletmeler bir portföy ( ürün çeşitleri) olarak ele alınır. Bu sunumlar bölgenin amacına katkılarına göre değişik önemlerdedir. Sunumlardan bazıları büyük, bazıları küçük, bazıları gerileyen, bazıları gelişen, bazıları yüksek kalitede, bazıları düşük kalitede olabilir. Bu değişik sunular ürün yaşam dönemlerinin farklı aşamalarında olabilir ve farklı stratejiler ve destekler gerektirebilirler. Bu aşamada anahtar ürünler ve sunumlar tanımlanır. Örneğin, bir bölgenin portföyünün kültürel sunulardan ve güzel manzaralardan oluştuğu düşünülebilir.
2. Bölgenin mevcut sunularının portföyü incelendikten sonra bu portföy ile neler yapılabileceğine karar verilir. Mevcut sunuların desteklenmesi ya da yeni alternatiflerin araştırılması ihtiyacı duyulabilir. Bu iki yolda, Tablo 12, dört seçenekle sonuçlanır.
3. Bölgesel gelişme stratejisi belirlenir. Hangi ürünler geliştirilecek ya da hangi pazarlara girilecek gibi.

**Tablo 12: Bölgesel Büyüme Stratejileri**

|                 | Mevcut Ürünler     | Yeni Ürünler    |
|-----------------|--------------------|-----------------|
| Mevcut Pazarlar | Pazar Payı Büyütme | Ürün Geliştirme |
| Yeni Pazarlar   | Pazar Geliştirme   | Çeşitlendirme   |

Kaynak: Ernie HEATH and Geoffrey WALL, **Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach**, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1992, s.18.

Starateji, mevcut durumun istenilen durumlara dönüştürülmesini sağlayacak yaklaşımlardır. Örneğin; belirli bir coğrafik pazara yüksek derecede bağımlılığı olan

<sup>293</sup> J. Christopher HOLLOWAY and R. V. PLANT, **Marketing for Tourism**, Second Edition, Pitman, London, 1992, s. 17.

<sup>294</sup> E. HEATH and G. WALL, a.g.e., Dipnot No. 107, s. 16-18.

turizm bölgesi, bir pazara olan bağımlılığını azaltmak için coğrafik pazarlarını çeşitlendirme stratejisi benimseyebilir. Turizmin ekonomik faydalarını artırmak amacıyla olan bir bölge de bölgeye yönelik ziyaretçi sayısını artırma stratejisi seçebilir<sup>295</sup>.

Çevresel koruma amaçlarına ulaşmak için alanlama stratejileri kullanılabilir. Alanlama stratejileri belirli alanlara yoğunlaşma ya da turistik faaliyetlerin dağıtılması şeklinde kullanılabilir ve duyarlı çevrelere katı koruma ölçütleri verilerek aşırı baskılar sınırlandırılabilir<sup>296</sup>. Alternatif stratejiler aşağıdaki kararlardan biri olabilir<sup>297</sup>:

- ⇒ Önceden olduğu gibi devam etmek, istikrar.
- ⇒ Turist sayısını azaltmak.
- ⇒ Yeni ürün ve hizmetler ile daha fazla gelişimin desteklenmesi.
- ⇒ Sürdürülebilir turizm gelişimi için mevcut pazarların korunması ve düşük seviyede büyümeye odaklanmak.
- ⇒ Bölgenin gelişimine aşamalı bir yaklaşım olarak yavaş büyüme stratejisi.
- ⇒ Seçici turizm stratejisi; sadece belirli pazar dilimlerinin hedef alınması.

#### 2.2.3.4. UYGULAMA PLANLARININ BELİRLENMESİ

Planlama; amaçlara ulaşmak için araçlar ve yolların kararlaştırılması ve kabaca neyin nasıl yapılacağını saptanması olduğu için plan kavramı; genel olarak politika, strateji, program ve proje kavramlarını kapsamaktadır<sup>298</sup>. Diğer bir deyişle, politika, strateji, program ve proje plan türleridir. Programlar, projeler ve bütçeler ise bir kez kullanılan başlıca planlardır. Bu planlar, belirli bir hedefi gerçekleştirmek amacıyla belirli bir dönem için hazırlanırlar. Hedefe ulaşılması ile birlikte yürürlükten kalkarlar.

Programlama; süreleri belirlemek, ayrıntılı faaliyetlerin uygulanacakları yer ve zamanları ve bunların kimler tarafından nasıl yapılacağını saptamaktır. Program; tam belirlilik durumlarını içermekte ve bir olayın en ince ayrıntılarını yer, zaman, kişi ve yol göstererek belirlemektedir ve kısa sürelidir. Programlar uygulamalarla ilgilidir ve bir kez kullanılan plandır<sup>299</sup>.

Kısa, orta ve uzun dönem hedeflerin gerçekleştirilmesi için düşünülen faaliyetlerin zamanlaması programlar ile yapılır. Zamanlama ve zamanın

<sup>295</sup> R. C. MILL and A. M. MORRISON, a.g.e., Dipnot No. 14, s. 383.

<sup>296</sup> Edward INSKEEP, "Environmental Planning for Tourism", **Annals of Tourism Research**, Vol. 14, 1987, s. 121.

<sup>297</sup> Chris COOPER, "Case Study : Resorts in decline - the management response", **Tourism Management**, March, 1990, s. 63.

<sup>298</sup> E. EREN, a.g.e., Dipnot No: 287, s. 14.

<sup>299</sup> J. A. F. STONER and R. E. FREEMAN, a.g.e., Dipnot No: 26, s. 228-230.

kullanımının hedeflerin gerçekleştirilmesindeki önemi nedeni ile birçok programlama yöntemi geliştirilmiştir. Bunların en önemlileri, GANT şemaları, CPM ve PERT programlama yöntemleridir <sup>300</sup>. Ancak, CPM ve PERT yöntemleri ile yapılan programların başarısı, bütün şart ve olanakların doğru belirlenmesine bağlıdır <sup>301</sup>. Diğer bir deyişle, planlama sürecinin programlama öncesi evrelerinin doğruluğu programların başarısını belirler.

Projeler; belirli bir amacı, faaliyeti, araştırmayı veya programı gerçekleştirmek için hazırlanan, belirli bir tarihte başlayıp, belirli bir tarihte sonuçlanan ve bir kez kullanılan planlardır <sup>302</sup>. Bütçeler; belirli bir zaman süreci içerisinde belirli faaliyetler için ayrılan finansal kaynakların ifadesidir. Bu nedenle, program ve projelerin önemli unsurlarıdır. İşgücü, zaman, yer ya da araç-gereç için planlanan parasal harcamaları gösteren biçimsel bir tablodur <sup>303</sup>. Bütçeler öncelikle örgütün faaliyetlerini denetlemek için oluşturulurlar. Bu nedenle bütçe hem planlama hem de kontrol aracıdır <sup>304</sup>. Gelecekteki belli bir döneme (genellikle bir yıl ya da daha az) ilişkin çeşitli gelir ve giderlerin rakamlarla ifadesidir. Pazarlama bütçesi, üretim bütçesi, yönetim bütçesi gibi çeşitli türleri bulunur. Hedeflere ulaştıracak finansal kaynakların bulunması ve çeşitli faaliyetlere göre dağıtılmasına ise bütçe planlaması denilir <sup>305</sup>.

Genel bir kavram olarak planlama; plan yapma anlamında kullanılabilir. Politika, strateji, program ve benzeri kavramlar ise planın ve plan yapmanın (planlamanın) niteliğini belirlemektedir. Politika tespit etmek, strateji belirlemek, programlamak, bütçelemek, projelendirmek ve benzeri faaliyetler planlama faaliyetleridir ve planlama temelde bu faaliyetlerin hepsini kapsamaktadır. Planlama; açıklanan planların bir sıralamasını yapar.

Süreç; bir politikayı gerçekleştirmek için ayrıntılı olarak yapılması gereken işleri belirten bir sistemdir. Süreçler; ayrıntılara ağırlık vererek, politikaların nasıl ve ne yönden uygulanacağını gösterirler ve politikaların yürütme biçimini belirtirler <sup>306</sup>. Örneğin; bölgesel turizm planlaması modeli, turizm planlamasının bölgesel düzeyde yürütülmesi politikasının nasıl uygulanacağını gösteren bir süreçtir. Bu süreç

<sup>300</sup> M. ŞAHİN, a.g.e., Dipnot No: 263, s. 104

<sup>301</sup> Saime ORAL, "Şebeke Analizi Tekniklerinin Turizm İşletmelerinde Kullanılması ve Bir Örnek Uygulama", **Turizm Yıllığı**, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., Ankara, 1992, s. 134.

<sup>302</sup> M. ŞAHİN, a.g.e., Dipnot No: 263, s. 104

<sup>303</sup> H. CAN, a.g.e., Dipnot No: 265, s. 201.

<sup>304</sup> Saime ORAL, **Turizm İşletmelerinde Karar Verme, Planlama ve Bütçeleme**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1990, s. 113.

<sup>305</sup> M. ŞAHİN, a.g.e., Dipnot No: 263, s. 104.

<sup>306</sup> M. ŞAHİN, a.g.e., Dipnot No:263, s. 179.

planlama ekibi tarafından programlanabilir ve bir program içinde yürütülebilir. Bu programın yürütülebilmesi için bir bütçe hazırlanabilir.

Süreci oluşturan aşamalardan birisinin nasıl yürütüleceğine yönelik planlamaya, yöntem adı verilir. Sürecin her aşamasının nasıl yürütüleceği yöntemlerle tanımlanır <sup>307</sup>. Yöntem; politikanın veya stratejinin uygulanış şekli ile ilgilidir. Yöntem ve programın birbirine benzer yönleri uygulamaya daha yakın olmaları ve bir işi veya bir işlemi ilgilendirmeleridir. Yapılan her iş ve işlem için kullanılan bir yöntem mevcuttur. Politik uygulamalar da birtakım yöntemlerin birleşiminden oluşur. Stratejiye nazaran standartlaştırma özelliği vardır. Uygulamalarda kullanılmak üzere standart yöntemler geliştirilmiştir <sup>308</sup>.

Turizm planlamasında amaç, örneğin; turizm bölgesi halkının turizmin olumsuz etkilerinden en alt düzeyde etkilenmesini sağlamak ise, politika yerel halkın turizm planlaması sürecine katılarak turizm konusunda bilinçlenmesini sağlamak olabilir. Bunun yöntemi; halka açık turizm seminerleri, yerel yayın organlarından bölgedeki turizm gelişimi konusunda yayınlar, halk temsilcilerinin planlama ekibinin çalışmalarını gözden geçirmesi ve benzerlerinden biri olabilir.

Bölgesel turizm planlaması sürecinin bu adımında politika ve strateji kararları doğrultusunda yapılacak işleri gösteren ve onların uygulama araçları olan programlar, projeler, bütçeleri, yöntemler ve benzeri planlar hazırlanır. Programlar amaçlara ulaştıracak faaliyetlerdir. Eğitim programları, pazarlama programları, yerel halkın bilinçlendirilmesi, kamu ve özel sektör arasında işbirliğinin sağlanması, eğitim kurumları ve turizm işletmeleri arasında işbirliğinin sağlanması ve benzerleri gibi.

Turizm yatırım projelerinin geliştirilmesi ve değerlendirilmesi sayesinde turizm yatırımlarının uygun alanlarda gerçekleştirilmesi, günün ve geleceğin pazar olanaklarına uyarlı nitelikte ve büyüklükte olması sağlanır. Bir yatırımın yol açacağı maliyetler ve sağlayacağı faydaların karşılaştırılması yoluyla bir yatırımın uygunluğu ve diğer yatırımlar ile karşılaştırılarak da yatırımların öncelik sıraları proje değerlendirmeleri ile belirlenir <sup>309</sup>.

Turizm planlaması süreci ile turizm gelişiminin amaçları, politikaları ve stratejileri belirlendikten sonra bunlara uygun planlar geliştirilir. Tablo 13, geliştirilen

<sup>307</sup> M. ŞAHİN, a.g.e., Dipnot No: 263, s. 179.

<sup>308</sup> E. EREN, a.g.e., Dipnot No: 287, s.6-8.

<sup>309</sup> Nüzhet KAHRAMAN, **TurizmdeYatırım Projeleri**, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1986, s.1-63.

alternatif planlardan uygun olan birinin nasıl seçilebileceğine ilişkin bir örnek sunmaktadır.<sup>310</sup> Tablo 14, bir model turizm faaliyet programı göstermektedir.

**Tablo 13: Alternatif Planlar İçin Değerlendirme Matrisi**

Değerlendirme Sıralaması

| Değerlendirme Faktörü                                          | Alternatif 1 | Alternatif 2 | Alternatif 3 | Açıklamalar |
|----------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Bütün turizm gelişim amaçlarına uygun                          |              |              |              |             |
| Bölgesel gelişim politikasını yansıtıyor                       |              |              |              |             |
| Bütün ekonomik faydaları makul bir maliyet ile optimize ediyor |              |              |              |             |
| Yeterli derecede istihdam ve gelir artırımı sağlıyor           |              |              |              |             |
| Yeterli döviz kazancı sağlıyor                                 |              |              |              |             |
| Az gelişmiş alanların ekonomik kalkınmasına yardım ediyor      |              |              |              |             |
| Olumsuz sosyo kültürel etkileri azaltıyor                      |              |              |              |             |
| Olumsuz çevresel etkileri azaltıyor                            |              |              |              |             |

Kaynak: George McIntYRE, **Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners**, World Tourism Organization, Madrid, 1993, 51.

Bu değerlendirme faktörleri sadece örnektir, gerçekten kullanılacak değerlendirme faktörleri özel planlama durumuna bağlıdır. Eğer plan hedefleri açık bir şekilde belirlenmişse doğrudan değerlendirme faktörü olarak kullanılabilir.

Değerlendirme sıralaması birden beşe veya birden ona bir ölçekle yapılabilir ve ölçeğin üst rakamları yüksek başarı düzeyini işaret edebilir. Daha önemli faktörlere daha büyük sayısal ağırlıklar verilebilir. Açıklamalar kısmı özel durumların not edilmesi için önemlidir. Örneğin, plan önemli miktarda istihdam sağlıyor ancak istihdamı sağlamak için işgücü göçünü gerektiriyordur.

<sup>310</sup> George McIntYRE, **Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners**, World tourism Organization, Madrid, 1993, 51.

**Tablo 14. Model Turizm Faaliyet Programı**

| Proje / Faaliyet                | 1. Yıl     | 2. Yıl       | 3. Yıl   | 4. Yıl | 5. Yıl   |
|---------------------------------|------------|--------------|----------|--------|----------|
| <b><u>Turistik Tesisler</u></b> |            |              |          |        |          |
| Otel                            | Planlama   | İnşaat       | Açılış   |        |          |
| Restoran                        | Planlama   | İnşaat       | Açılış   |        |          |
| Seyahat Acentası                | Organize   |              | Açılış   | Açılış | Açılış   |
| Hediyelik Eşya Mağazası         |            |              |          |        |          |
| <b><u>Çekicilikler</u></b>      |            |              |          |        |          |
| Milli Park                      | Planlama   | TesisTasarım | İnşaat   | Açılış |          |
| Kültür Merkezi                  | Pl.&Tasarı | İnşaat       | Açılış   |        |          |
| Açık Hava Müzesi                | Planlama   | Tasarım      | Açılış   |        | Genişlet |
| <b><u>Altyapı</u></b>           |            |              |          |        |          |
| Havalanı                        | Planlama   | İnşaat       | İnşaat   | İnşaat | Açılış   |
| Tur Yolları                     | Planlama   | İnşaat       | İnşaat   | Açılış |          |
| Katı Atık Sistemi               | Planlama   | Geliştir     | Genişlet |        |          |
| Büyütülmesi                     |            |              |          |        |          |
| <b><u>Diğer Programlar</u></b>  |            |              |          |        |          |
| Turizm Yasaları                 | Uyum       |              |          |        |          |
| Yatırım teşvikleri              | Uyum       |              |          |        |          |
| Bölgesel Turizm Örgütü          | Kur        |              |          |        |          |
| Turizm Bilinci Programı         | Örgütle    | Başlat       | Sürdür   | Sürdür | Sürdür   |

Kaynak: George McIntYRE, **Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners**, World tourism Organization, Madrid, 1993, 51

**Geribildirim:** Görüldüğü gibi turizm planlaması bir planlar sıralamasından oluşmakta ve sürekli araştırma ve değerlendirmeye dayanmaktadır. Planlama; araştırma ve değerlendirme ile başlamakta, ancak araştırma ve değerlendirme sürekli devam etmektedir. Planlama, değişen durumları dikkate alarak sürekli tutarlı karar seçenekleri üreten devingen bir sistem olarak algılanabilir. En iyi sonuçların alınması için sürecin düzenli kontrolü ve geribildirim sağlanması turizm planlamasında önemli bir konudur. Planlar hazırlandığında planlama işi bitmez.

Planın sürekli gözden geçirilmesi sistemi, planlamanın önemli bir parçasıdır. Planlar statiktir ancak planlama dinamiktir. Planlanan eylemin uygulanması için verilen kararların sürekli gözden geçirilmesi gerekir.

Planlar insanlara yol gösterir. Ancak, planlar insanları değil insanların planları yönetmesi gerekir. Değişen şart ve durumlara göre planlar değiştirilmelidir. Böyle bir planlama sisteminin yaratılabilmesi için bölgesel turizm örgütüne ve bu örgüt içinde planlama ekibine ihtiyaç vardır. Planlama ekibinin örgüt içinde sürekliliği sağlanmalı ve planlama süreci sürekli işler hale getirilmelidir. Sürekli olarak kaynaklar ve turizm pazarları incelenerek aralarındaki uyum kontrol edilmeli, turizmin bölge üzerindeki etkileri incelenmeli, trendler izlenmeli, amaçlar, politikalar, stratejiler ve diğer planlar gözden geçirilmelidir. Devingenlik sağlanamadığında, planlar ne kadar iyi hazırlanmış olurlar ise olsunlar, belirli bir süre sonra anlamlarını yitirebilirler. Güncelliğini yitiren planların gelecek için yol göstermesi beklenemez.

Bölgesel turizm planlaması modeli bölgesel düzeyde turizm örgütlenmesi ve planlamanın bu örgüt tarafından yürütülmesini ve planlamaya halkın katılımını öngörmektedir. Sadece turizmin sürdürülebilir gelişimi açısından değil ülkemizde demokrasinin güçlenmesi açısından da önemlidir. Turizmin çağdaş bir anlayışla, kapsamlı bir biçimde ve stratejik olarak planlanabilmesi için yarı resmi bir bölgesel turizm örgütü oluşturulabilir. Bu örgüt değişik yapılarda oluşturulabilir. Ancak bu örgüt; önerilen turizm planlaması modelini yürütebilecek şekilde ve bu süreç sonucunda ortaya çıkacak stratejiler ve programlara dayalı olarak yeniden yapılanacak esnekliğe de sahip olmalıdır. Turizm örgütünün yapısına göre turizm planlanmamalı , planlamaya göre örgüt yapılmalıdır.

# **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

## **BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI VE**

### **NEVŞEHİR ÖRNEĞİ**

#### **3. BÖLGESEL TURİZM PLANLAMASI MODELİ VE NEVŞEHİR ÖRNEĞİ**

Çalışmanın bu bölümünde ikinci bölümde açıklanan bölgesel turizm planlaması modeline uyumlu bir şekilde, ülkemizin önemli bir turizm bölgesi olan Nevşehir'in turizm gelişimi analiz edilerek, Nevşehir'deki turizm gelişiminin planlı bir şekilde gelişip gelişmediği ve turizm gelişiminde yaşanan mevcut sorunların belirlenmesi amaçlanmaktadır.

##### **3.1. MEVCUT DURUM VE OLASILIKLAR : ARAŞTIRMA**

###### **3.1.1. BÖLGENİN SINIRLARI**

Bölgesel düzeyde turizm planlamasının yürütülebilmesi için turizm bölgesinin sınırlarının bilinmesi gerekir. Turizm planlaması süreci tamamen araştırmalara dayandığı için, araştırmaların hangi coğrafi alanı baz alarak yapılacağı önem kazanır. Bu nedenle bölgesel turizm planlaması sürecinde birinci adım, turizm planlaması yapılacak bölgenin belirlenmesidir.

Belirli coğrafi birimler olarak turizm bölgelerinin oluşturulması turizmi geliştirmek isteyen hemen hemen bütün ülkeler için gereklidir. Değişik ülkelerin

deneyimlerine göre turizm için üç temel mekansal organizasyon modeli bulunduğu söylenebilir <sup>311</sup> :

1. İdari birimlere uygun turizm bölgeleri.
2. Ülkenin turistik olmayan kısmından ayrılmış ve özel olarak tanımlanmış turizm bölgeleri.
3. Bütün ülkeyi kapsayan ancak bölgesel düzeyde mevcut idari sınırlara uyum göstermeyen turizm bölgeleri.

Türkiye gerek turizm arz unsurları gerekse sosyo-ekonomik özellikleri açısından iller itibariyle önemli farklılıklar göstermektedir. Öte yandan, farklı bölgelerde gerçekleşen iç ve dış turizm talebi de farklı kalıplardadır. Böyle bir durumda birbirine benzer özellikleri içeren yörelerin alt bölgeler halinde gruplandırılması ve turizm politikalarının bu alt bölgeler itibariyle oluşturulup uygulanması gerekmektedir <sup>312</sup> .

Türkiye Cumhuriyeti'nin 80 ilinden biri olan Nevşehir ili 6429 sayılı kanun ile 20 Temmuz 1954 tarihinde kurulmuştur. İç Anadolu Bölgesinde 38° 12' ve 39° 20' kuzey enlemleri ile 34° 11' ve 35° 06' doğu boylamları arasında yer alır.

Nevşehir ilinde Nevşehir merkez ilçe ile birlikte 8 ilçe bulunmaktadır. (Tablo. 15). Kızılırmak vadisinin güney yamacında, Güvercinlik Dağı'ndan Kızılırmak'a inen küçük bir akarsu boyunda kurulmuş olan il merkezinin yükseltisi 1.150 metredir. Derinkuyu ilçesi dışında bütünüyle Orta Kızılırmak Havzasına giren Nevşehir ilinin yüz ölçümü 5467 km<sup>2</sup> dir. Ülke topraklarının binde 7'sini kaplar.

İl alanı, yöresel açıdan doğudan Kayseri, İncesu ve merkez, kuzeydoğudan Yozgat'ın Boğazlıyan ve Şefaattli, kuzey ve kuzeybatıdan Kırşehir'in Çiçekdağı, merkez ve Mucur, güneyden Niğde, güneybatı ve batıdan Aksaray ile çevrilidir. Yüzey şekilleri açısından ise ilin doğusunda Hodul dağı ve uzantıları, kuzeyinde Delice ırmak vadisi, güney ve güneybatısında Erdaş dağı ve uzantıları vardır.

Çalışmada Nevşehir ilinin turizm bölgesi olarak kabul edilmesinin dört nedeni bulunmaktadır:

**1. Ulusal Turizm Planlaması Çabalarına Uyumlu Olmak:** Morfolojik karaktere dayalı coğrafi sınır 23 Şubat 1973 tarih 7/5811 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile "Turistik Gelişmede Öncelikli Bölge" adı altında; Nevşehir ili sınırları içinde kalan

<sup>311</sup> Zoran KLARIC, "Establishing Tourist Regions", *Tourism Management*, Vol. 13, No. 3, September, 1992, s. 305.

<sup>312</sup> Turizm Bakanlığı, **Turizm Sektörü Ana Planı**, T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Ankara, 1994, s. 9.

alan, Kayseri ili sınırları içinde kalan yer alan Soğanlı vadisi koordinatlar belirtilerek "Kapadokya Bölgesi" olarak tanımlanmıştır<sup>313</sup>.

**Tablo 15. Nevşehir İlinin İlçeleri, Yüzölçümleri ve Merkez İlçeye Uzaklıkları**

| İLÇE ADI    | YÜZÖLÇÜMÜ (KM2) | İL YÜZÖLÇÜMÜNE ORANI (%) | YÜKSEKLİK (Metre) | MERKEZ İLÇEYE UZAKLIK- KM |
|-------------|-----------------|--------------------------|-------------------|---------------------------|
| MERKEZ İLÇE | 625             | 11,5                     | 1250              |                           |
| ACIGÖL      | 382             | 7,1                      | 1232              | 20                        |
| AVANOS      | 1045            | 19,3                     | 950               | 16                        |
| DERİNKUYU   | 405             | 7,5                      | 1350              | 30                        |
| GÜLŞEHİR    | 931             | 17,2                     | 1300              | 19                        |
| HACI BEKTAŞ | 666             | 12,3                     | 950               | 43                        |
| KOZAKLI     | 789             | 14,5                     | 1050              | 96                        |
| ÜRGÜP       | 574             | 10,5                     | 1070              | 19                        |
| İL TOPLAMI  | 5467            | 100                      | 1144              |                           |

Kaynak: Nevşehir İli Yıllığı 1998, Nevşehir Valiliği Tarafından Yayına

Hazırlanmaktadır. Yararlanılarak düzenlenmiştir.

Kapadokya Bölgesi'nde Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, Turizm Planlaması Genel Müdürlüğünce hazırlanmış ve İmar ve İskan Bakanlığı'nca onanmış olan 1/25.000 ölçekli "Çevre Düzeni Planı" çeşitli alanlar için değişik koruma ve gelişme kararları getirmektedir.

Söz konusu koruma alanları için Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu A-69 sayı ve 10/7/1976 tarihli "Kapadokya Bölgesi 1/25.000 ölçekli Genel Koruma Planı" kararı almıştır. Bu karar 1/25.000 ölçeğinin özellikleri çerçevesinde, tarihi ve doğal karakteri belirgin olan geniş alanları koruma kararı getirmekte, turizm yerleşme alanlarına ilişkin bölge imar planlarının yapımını ve yerel mimari özelliklerin henüz kaybolmamış yerleşimlerin de koruma planlarının yapılmasını öngörmektedir<sup>314</sup>. Bakanlar Kurulu'nca, 30/8/1989 tarihli ve 89/14499 sayılı kararname ile, Nevşehir ve Çevresi Turizm Alanı olarak kararlaştırılmıştır<sup>315</sup>. Ülkemizde, Turizm Bakanlığı 1992 yılı sonlarından itibaren kısa adı TUSAP olan Turizm Sektörü Ana Planı çalışmaları başlatmıştır. TUSAP klasik anlamda bir master plan çalışmasından çok bir karar destek sistemi, yani bugün ya da gelecekte, herhangi bir t zamanındaki potansiyel kararları tutarlı ve doğru bir biçimde değerlendirmeye yarayacak dinamik

<sup>313</sup> Demet Ulusoy BİNAN, "Kapadokya Bölgesi İçinde Tarihsel çevrenin Turizm Amaçlı Kullanımına Örnek:Güzelyurt - Gelveri", Turizm Yıllığı 1988-1989, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1989, s. 133.

<sup>314</sup> Bölgenin haritası EK 1'de sunulmaktadır.

<sup>315</sup> Resmi Gazete, 28 Adet Alanın Turizm Alanı ve Turizm Merkezi Olarak Tespitine Dair Bakanlar Kurulu Kararı, Karar Sayısı: 89/14499, Yayımlı: 13.9.1989 - 20281.

bir sistem olarak tasarlanmaktadır. TUSAP bilgi-karar sistemi, dört karar destek sistemi aracılığı ile karar seçenekleri üretmeyi amaçlamaktadır. İkinci karar destek sistemi ile TUSAP'ta, modelleme sürecinin bilinen aşırı bütüncülleştirme veya aşırı ayrıştırma sorunlarını çözmeye yönelik olarak, kendi içinde benzer özellikler taşıyan iller gruplandırılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme ve kümeleme analizi gibi istatistiksel yöntemler kullanılarak 17 alt bölge elde edilmiştir. Bu ayırıma göre Nevşehir kendi başına bir bölge olarak (16. Bölge) değerlendirilmektedir. TUSAP çalışmasında Nevşehir 16. turizm bölgesi olarak kabul edilmektedir <sup>316</sup>.

**2. İdari Yapıya Uyum Sağlamak:** İllerde Valilere Kalkınma Planı ve Yıllık Programlarla görevler verilmektedir. Valilere verilen görevlerin yerine getirilmesinde danışmanlık yapmak üzere illerde "İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlükleri" kurulmuştur <sup>317</sup>. Ulusal planların hazırlanmasında ve uygulanmasında önemli bir işleve sahip bir örgütlenmenin esaslarına ters düşmeyen bir turizm bölgesi sınırı içinde kalmak turizm planlamasının etkinliği ve verimliliği artırabilir.

**3. Nevşehir İli'nin Sahip Olduğu Turistik İmaja Uyum Sağlamak.** Nevşehir ili Kapadokya ismi ile önemli bir turistik imaja sahiptir. Ülkenin önemli turizm bölgelerinden biri olan Kapadokya, Orta Anadolu'da yer almaktadır. Kapadokya, başlangıçta Toros dağlarının kuzey eteklerinden Karadeniz'e kadar uzanan büyük bir alanı kapsıyordu. Sonraları, kuzey doğu bölümü Pontus Kapadokyası adı altında asıl Kapadokya'dan ayrıldı. Kapadokya, Eskişehir'de Anadolu'nun orta yerinde çok geniş bir bölgenin adıydı. Bugünkü Kırşehir, Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Malatya illerinin tümünü, Ankara'nın doğu, Yozgat ve Sivas'ın güney ve Adana'nın da kuzey bölümlerini kapsamaktaydı <sup>318</sup>. Ancak, günümüzde Kapadokya denilince akla genellikle Nevşehir ilinin kapladığı alan gelmektedir. Kapadokya tanıtım kitapları da aynı görüşü vurgulamaktadır:

***"Ancak bugün Kapadokya denildiğinde akla hemen Nevşehir ili civarındaki Göreme ve Ürgüp yöreleri ve peribacaları ile sınırlı bir bölge gelir"*** <sup>319</sup>.

***"Kayalık Kapadokya Bölgesi ise Uçhisar, Göreme, Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı; İhlara ve çevresinden ibarettir"*** <sup>320</sup>.

<sup>316</sup> Turizm Bakanlığı, a.g.e., Dipnot No: 312, s. 9.

<sup>317</sup> T.C. İçişleri Bakanlığı, **İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlükleri Görev ve Çalışma Yönergesi**, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, APK Yayın No: 30, Kent Matbaası, Ankara, 1991, s. III.

<sup>318</sup> Veli SEVİN, "Tarihsel Coğrafya", **KAPADOKYA**, Editör: Metin SÖZEN, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998, s. 47.

<sup>319</sup> Veli SEVİN, a.g.e., Dipnot No: 318, s. 47.

<sup>320</sup> Murat E. GÜLYAZ ve Halis YENİPİNAR, **Doğanın Mucizesi Kapadokya**, Nevşehir Valiliği, Turizm Geliştirme ve Tanıtım Vakfı Başkanlığı, Ajans matbaacılık A.Ş., Ankara, 1997, s. 6.

*"Kayalık Kapadokya" diye anılan bölgenin sınırları ise biraz daha dardır. Peribacalarıyla dolu masalsı görünümler Gülşehir-Nevşehir-Ürgüp-Soğanlı çizgisini izleyen ve Kızılıрмаğa açılan bir dizi vadide yoğunlaşmıştır*<sup>321</sup>.

Tarihsel olarak Kapadokya sınırları çok geniş bir alana sahip olmasına rağmen turizm açısından, turistlerin Kapadokya olarak algıladığı bölge "turizm bölgesi" olma açısından daha büyük öneme sahiptir.

**4. Alan Yeknesaklığı Kriterine Uyum Sağlamak:** Nevşehir turizm bölgesinin belirlenmesinde kriter olarak Kapadokya bölgesini üne kavuşturan turizm çekicilikleri dikkate alındığında, Kapadokya bölgesini üne kavuşturan özelliklerin yoğun biçimde bir araya geldiği en önemli bölüm Nevşehir İli sınırları içinde yer alır.

Peribacaları en yoğun şekilde Ürgüp-Uçhisar-Avanos üçgeni arasında kalan vadilerde, Ürgüp-Şahinefendi arasındaki bölgede Çat kasabası civarında, Kayseri il sınırındaki Soğanlı vadisinde ve Aksaray Selime köyü civarında (Ihlara Vadisi) bulunmaktadır. Nevşehir ve Aksaray il sınırında bulunan 14 km. uzunluğunda bir kanyon görünümündeki Ihlara-Selime Vadisi bir uydu çekicilik olarak kabul edilirse Kapadokya, Nevşehir il sınırları içerisinde kalmaktadır.

Nevşehir'de düzenlenen tur güzergahlarına bakılarak da bölge sınırları konusunda bir fikir elde edilebilir. Bölgede, seyahat acentaları tarafından Turizm Bakanlığı'ndan belgeli rehberlerin eşliğinde sağlanan turlarının güzergahları şu şekildedir<sup>322</sup>:

- **Göreme Vadisi:** Uçhisar Kalesi - Güvercinlik Vadisi, Göreme Açık Hava Müzesi (Kaya kiliseler, Şapel ve Manastırlar) - Paşabağ - Zelve Açık Hava Müzesi (Eski kaya yerleşimleri) - Avanos (Çanak-çömlek atölyeleri) - Devrent Vadisi - Ürgüp - Kızılçukur (Gün Batımı).
- **Soğanlı Vadisi:** Kaymaklı Yeraltı Şehri - Derinkuyu Yeraltı Şehri - Nar Krater Gölü - Ihlara -Selime - Ağzıkarahan Kervansarayı.

Turistik çekicilikler ve tur güzergahları dikkate alındığında ise Kayseri il sınırları içinde kalan Soğanlı vadisi ve Aksaray sınırları içinde kalan Ihlara vadisi dışında diğer bütün çekiciliklerin Nevşehir il sınırları içinde kaldığı görülmektedir. Nevşehir ili planlamaya konu merkez turizm bölgesi kabul edilerek Soğanlı vadisi ve Ihlara vadisi uydu çekicilikler olarak benimsenebilir. Ancak, bu uydu çekicilikleri Nevşehir turizm bölgesi sınırları içine almak aşırı bütünleştirmeyi ve idari zorlukları gündeme getirebilir.

<sup>321</sup> Ozan SAĞDIÇ, **Kapadokya: Komple Gezi Rehberi**, Kapadokya Turizm Geliştirme ve Tanıtma Vakfı, Pan Matbaacılık, Ankara, 1994, s. 8-9.

<sup>322</sup> Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü, **Nevşehir'97**, Met Ajans, Nevşehir, 1997, s. 36.

Çalışmada Nevşehir il sınırları belirtilen gerekçeler ile turizm bölgesi sınırları olarak kabul edilmekte ve araştırmalar bu sınırlar baz alınarak yapılmaktadır. Ancak, bölgesel turizm planlaması değişik aşamalardan oluşan ve aralarında geribildirim bulunan bir süreç olduğundan, planlama sürecinin diğer aşamalarında veya zamanla değişen koşullara uyum sağlamak amacı ile plan bölgenin sınırlarının daraltılması ya da genişletilmesi kararı alınabilir.

### **3.1.2. BÖLGENİN TURİZM KAYNAKLARI**

Nevşehir turizm bölgesinin turizm kaynakları, turizm bölgesinin alt-yapısı, turizm bölgesinin turistik tesisleri ve hizmetleri ve turizm çekicilikleri olmak üzere üç grup altında incelenebilir.

#### **3.1.2.1. BÖLGENİN ALT-YAPISI**

Nevşehir turizm bölgesinin alt yapısı kurumsal altyapı ve fiziki altyapı olarak iki başlık altında incelenebilir.

##### **3.1.2.1.1.BÖLGENİN KURUMSAL ALT- YAPISI**

Kurumsal alt-yapıya konu olarak, seçilen bölgenin hükümet ve turizmin örgütsel yapısı, turizm gelişim politikaları ve planları ve turizm eğitim - öğretim kurumları incelenmektedir.

**1. Turizmin Örgütsel Yapısı:** Turizmde etkin ve verimli bir yönetim amacı ile turizm örgütlenme yapısı önerebilmek için hükümet yapısı ve turizm ile ilgili faaliyet gösteren örgütler, yerel idareler ve planlama kurumları arasındaki eşgüdüm incelenmelidir.

Türkiye'de, turizm sektörü bakanlık düzeyinde temsil edilmektedir. Turizm Bakanlığı teşkilatı; merkez teşkilatı ile taşra ve yurtdışı teşkilatından, bağlı ve ilgili kuruluşlardan meydana gelmektedir.

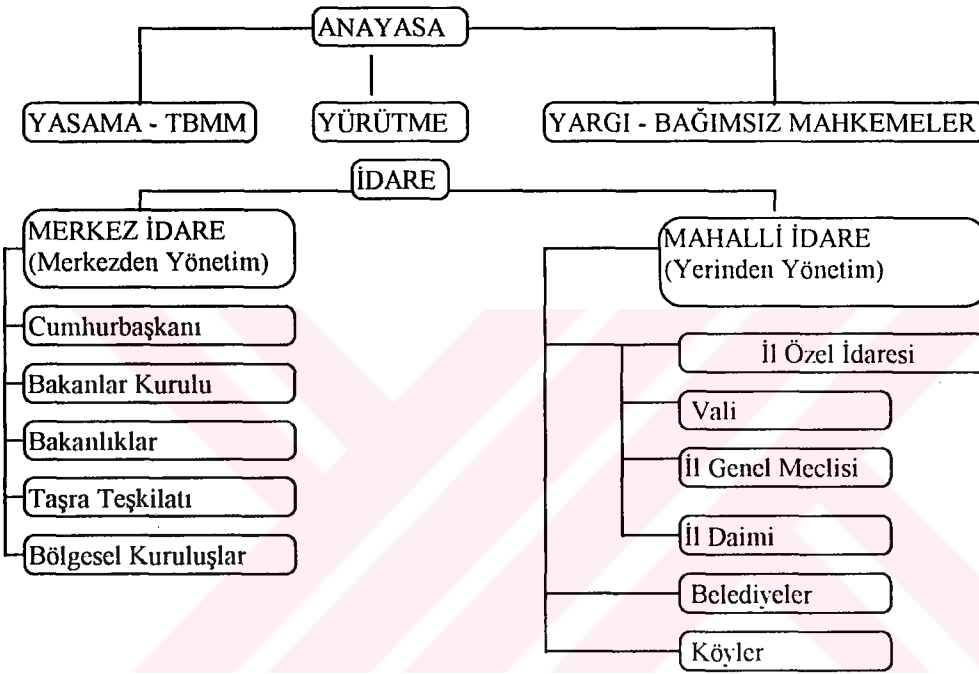
Turizm Bakanı, Bakanlık kuruluşunun en üst amiridir. Bakanlık hizmetlerini mevzuata, Hükümetin genel siyasetine, milli güvenlik siyasetine, kalkınma planlarına ve yıllık programlara uygun olarak yürütmekle ve Bakanlığın faaliyet alanına giren konularda diğer bakanlıklarla işbirliği ve koordinasyonu sağlamakla görevlidir. Başbakana karşı sorumludur.

Nevşehir ilinde Turizm Bakanlığı'na bağlı taşra teşkilatı olarak Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü bulunmaktadır. Turizm Müdürlüğü çalışmalarını 5442 Sayılı İl

İdare Kanunu ile 24.6.1989 tarih ve 20205 Sayılı Turizm Müdürlükleri Görev-Yetki ve Sorumluluk ve Çalışma Esasları Hakkındaki Yönetmelik Hükümlerine tabi olarak yürütmektedir.

Bu nedenle, ülkenin ve ülke içinde Nevşehir'in idari yapısını incelemekten turizm örgütlenmesini ve planlamasını anlamak zor olabilir. Devletin yönetsel bir bölümü olan il, aynı zamanda bir yerel yönetim birimidir. Yerel yönetimlerin yapısının anlaşılabilmesi için özellikle ülkenin genel yönetim yapısının incelenmesi gerekmektedir.

**Şekil 24. Kamu Yönetiminin Yapısı**



Kaynak: Erdoğan DEDEOĞLU, "İl Özel İdarelerinin Tarihi Gelişimi ve Bugünkü Durum", Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi, Cilt:2, Sayı:13, Laser Ofset, Ankara, 1997, s. 56.

Ülkemizde Kamu Yönetimi, Şekil 24'de görüldüğü gibi, merkezden yönetim ile yerinden yönetim ilkelerine göre yapılanmıştır. Merkezden yönetim ilkesi gereğince yetkiler bir merkezde toplanmakta, daha alt düzeydeki birimlerin yetkileri azalmaktadır. Devletin yönetsel bir bölümü olan il, aynı zamanda bir yerel yönetim birimidir. Başında bulunan Vali, hem il genel meclisi kararlarını yerine getirir hem de genelde merkezi hükümeti ve bireysel olarak da her bakanı temsil eder <sup>323</sup>. Bu nedenle il düzeyinde Turizm Bakanı'nın temsilcisinin Vali olduğu söylenebilir.

Türkiye'nin yönetsel yapısında il iki boyutlu bir özelliğe sahiptir. Birincisi, İl

<sup>323</sup> Erdoğan DEDEOĞLU, "İl Özel İdarelerinin Tarihi Gelişimi ve Bugünkü Durum", Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi, Cilt:2, Sayı:13, Laser Ofset, Ankara, 1997, s. 55-56.

Genel Yönetimi'dir ve yetki genişliği ilkesine göre yönetilen mülki idare kademesidir. İkincisi ise, yerinden yönetim ilkesine göre yönetilen İl Özel İdaresi'dir <sup>324</sup>.

**2. Örgütsel Yapı ve Planlama İle İlişkisi:** Ülkemizde planın bir toplum düzeni aracı olarak benimsenip uygulamaya konulması 1961 Anayasası ile gerçekleşmiştir. Ülke kalkınmasını sağlayıcı planları hazırlamak için 30 Eylül 1960'da 91 Sayılı Kanunla Devlet Planlama Teşkilatı (D.P.T.) kurulmuş ve ülkemizde 1962'den bu yana planlı bir kalkınma yöntemi uygulanmaya başlanmıştır. Kalkınma planlarının yürürlüğe konulması ve planlarda değişiklik yapılması Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin yetkisindedir. Plan ve yıllık programlar Bakanlar Kurulunca tespit edilen amaç ve esaslara göre D.P.T. tarafından hazırlanır ve siyasi kararların alınmasında politikacılarla teknisyenlerin işbirliği yaptığı ve siyasi otorite ile teknik otorite arasında bir denge kurmaya yönelmiş olan Yüksek Planlama Kurulu'nda görüşülerek karara bağlanır. Plan ve yıllık programların hazırlanması ve uygulanmasının izlenmesi için gerekli bilgilerin toplanması ve işbirliğinin sağlanması konusunda D.P.T. yetkilidir.

Planlı kalkınma yönteminin seçilmesi, merkezi idarenin taşra yönetimi açısından da çeşitli düzenlemeler yapılması zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Ülkeye yayılmış olan kamu hizmetleri ve planlı döneme geçildikten sonra Ulusal Kalkınma Planı ile bu plan uyarınca hazırlanan Yıllık Programların uygulandığı ve gerçekleştirildiği en büyük yerel yönetsel birim İl'dir. Bu nedenlerle il'in planlı kalkınma sürecinde kendine özgü önemli bir yeri vardır. İl'de Devletin ve Hükümetin ve de ayrı ayrı her bakanın temsilcisi ve bunların idari ve siyasi yürütme aracı olan vali ile ilçede ona benzer durumda bulunan kaymakama, planlı döneme girildikten sonra çeşitli görev, yetki ve sorumluluklar verilmiştir. Böylece mülki idare amirlerinin görevleri geleneksel alandan, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlara doğru genişleme göstermiş, planlama araçlarının oluşturulması ve kullanımında, bir başka deyişle kalkınma sürecinde önemli bir yer edinmelerine yol açmıştır. Mülki idare amirlerinin planlı kalkınma açısından işlevlerini aşağıdaki gibi üç gruba ayırmak mümkündür <sup>325</sup>:

- İl düzeyinde kamu yönetiminin ve geleneksel hizmetlerin etkinleştirilmesi,
- Ekonomik ve toplumsal kalkınmada önderlik,

<sup>324</sup> Kemal ÖKTEM, Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Gelişimi, *Türk İdare Dergisi*, İçişleri Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Sayı: 378, Ankara, 1988, s.277.

<sup>325</sup> Tayfur ÖKŞEN, "İl ve İlçe Düzeyinde Planlama Yönetimi" *Türk İdare Dergisi*, İçişleri Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Sayı: 374, Ankara, 1987, s. 61.

- Kalkınma Planları ve Yıllık Programlardan kaynaklanan planlama, koordinasyon ve izleme işlevleri.

Planlı döneme geçildikten sonra Kalkınma Planları, Yıllık Programlar ve bu programları yürürlüğe koyan Bakanlar Kurulu Kararları ile mülki idare amirlerine çeşitli planlama, koordinasyon ve izleme görevleri verilmiştir. Başbakanlık, İçişleri Bakanlığı, D.P.T. Müsteşarlığının çeşitli genelgeleriyle de görevlerin yerine getirilme düzenine ilişkin açıklamalar yapılmıştır. Örneğin; İllerde Valilere Kalkınma Planı ve Yıllık Programlarla verilen görevlerin yerine getirilmesinde danışmanlık yapmak üzere kurulmuş bulunan İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlüklerinin teşkilat, görev ve çalışma esasları 13 Temmuz 1988 tarih ve 19871 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlükleri Kurulu, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" ile düzenlenmiş bulunmaktadır. İçişleri Bakanlığı, 21 Şubat 1991 tarihinde "İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlükleri Görev ve Çalışma Yönergesi" ni onaylayarak yürürlüğe koymuş ve yayın haline getirerek ilgililerin faydalanmasına sunmuştur. On bölüm ve yönergenin eklerinden oluşan bu yayın il düzeyinde Kalkınma Planı ve Yıllık Programın izlenmesinde ve özellikle ekler içinde yer alan "İl Envanter Modeli" ile ilin mevcut durumunun Devlet Planlama Teşkilatına aktarılmasında çok kullanışlı bir dökümandır <sup>326</sup>.

Kurumsal alt-yapı sadece Turizm Bakanlığı ya da devletin ilgili kurumlarını değil, aynı zamanda turizm sektöründe faaliyet gösteren bütün grupları da kapsamaktadır. Turizm sektörünün özel kesim temsilcileri turizm politikaları konusundaki görüş ve isteklerini kalkınma planına yansıtabilmelidir. Ancak, turizm sektöründe yasal dayanağı olan kamu kurumu niteliğinde sadece bir birlik (TURSAB) bulunmaktadır. Sektördeki örgütlenme, hiçbir yaptırım gücü bulunmayan, dernekler kanununa göre kuruldukları için güçsüz bazı örgütlenmelerden oluşmaktadır.

Bölgede, İl Turizm Müdürlüğü'nün yanısıra Turizm Geliştirme ve Tanıtım Vakfı, Kapadokya Turizm İşletmecileri Derneği KAPTİD, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği TURSAB'ın sadece temsilciliği, Profesyonel Turist Rehberleri Derneği PROTURED ve Turizm Sevenler Derneği TURSED gibi bazı dernekler bulunmaktadır.

Nevşehir'deki konaklama işletmeleri resmi olarak Kapadokya Turistik İşletmeciler Derneği (KAPTİD) bünyesinde örgütlenmişlerdir. KAPTİD, Turizm Bakanlığı'nın teşviki ile turizm belgeli konaklama ve yeme-içme işletmelerini bir çatı

---

<sup>326</sup> T.C. İçişleri Bakanlığı, a.g.e., Dipnot No: 317.

altında toplamak amacı ile kurulmuş ve 55 üyesi olan bir dernektir. KAPTİD, Turizm Bakanlığı'nın bölgedeki konaklama ve yeme-içme işletmeleri ile tek elden iletişim kurduğu bir muhatap olmakla birlikte, üyeler için sorunlarını ve isteklerini tartıştıkları bir forum niteliğindedir. KAPTİD'in aldığı kararların üyeler için yasal olarak bağlayıcılığı ve yaptırım gücü yoktur. Üyelerin isteğine bağlı katılımıyla fuarlara katılmak suretiyle Kapadokya'yı tanıtma faaliyetlerinde bulunmaktadır<sup>327</sup>.

Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği'ne 114 kokartlı rehber kayıtlı bulunmaktadır. 1991 yılında Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri ve Çevreciler Derneği olarak kurulan dernek, 1998 yılında isim değiştirmiştir. Derneğin bürosu Göreme'de bulunmaktadır. Nisan 1999 sonuna kadar üye rehber sayısının 200'ü aşması beklenmektedir. İstanbul Rehberler Odası, Ankara Rehberler Derneği, Antalya Rehberler Derneği ve İzmir Rehberler Odası, yasa olmamasına rağmen, kendi aralarında Rehberler Birliği kurmuşlardır. Kapadokya Profesyonel Rehberler Derneği tüzük gereği üye sayısı 200'ü bulduğunda bu birliğe üye olmayı hedeflemekte ve rehberler birliği ile ilişkilerini sürdürmektedir. Bu birlik yasallaştığında rehberlik ücretlerinin düzenlenmesi, iç dayanışma ve oto kontrolün sağlanmasında önemli adımlar atılacağı umulmaktadır. Dernek, mevcut durumu ile turizm sektörünün ve özellikle Nevşehir gibi kültür turizmi yoğunluklu bir bölgede önemli bir işlevi yerine getiren rehberlerin sorunlarının çözümünde yetersiz görülmektedir<sup>328</sup>.

Turizm Sevenler Derneği TURSED, 1991 yılında yedi kişiden oluşan bir kurucu kadroyla, Turizm İl Müdürlüğü tarafından kurulmuştur. Turizm Geliştirme ve Tanıtım Vakfı ise Nevşehir Valiliği tarafından kurulmuştur.

Yiyecek-içecek işletmecilerinin ve hediyelik eşya satışı işletmecilerinin örgütleri bulunmamaktadır. Turizm sektörünün özel kesiminin alt-sektörleri itibariyle örgütlenmemiş olması ise kendi görüşlerini ve sorunlarını dile getirmelerinde etkin olamamaları sorununu yaratmaktadır. Turizm ile ilgili varolan örgütlenmelerin bir çatı altında toplanmamış olması ise bu örgütlerin faaliyetlerini etkin ve verimli olmayan bir duruma sokmaktadır.

Bölgedeki Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, 1994 yılından itibaren her yıl ülke genelinden bilim adamlarının katıldığı ve turizm ile ilgili genel ve özellikle Nevşehir turizminin tartışıldığı hafta sonu seminerleri ve ayrıca

<sup>327</sup> Rifat YILDIZ ve Salih KUŞLUVAN, "Kapadokya'da Konaklama Sektöründe Zararlı Fiyat Rekabeti Sorunu ve Çözüm Önerileri", **Kapadokya'nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Özkan Matbaacılık, Ankara, 1995, s. 251.

<sup>328</sup> Nevşehir, Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği.

yerel yöneticiler ile turizm sektörünün temsilcilerinin katıldığı ve bölgesel turizm sorunlarının tartışıldığı Kapadokya toplantıları düzenlemektedir. Bu toplantıların tebliğleri ve tartışmaları yayımlanarak sektörün yararlanmasına sunulmaktadır. Turizm işletmecileri bu toplantılara destek vermektedirler.

**3. Ulusal Turizm Planlaması ve Bölgesel Turizm Planlaması İle İlişkisi:** Turizm sektörü, kalkınma planlarında ekonomik, toplumsal, fiziksel açılardan bir planlama konusu olarak ele alınmıştır. Yıllık programların plan hedefleri ve bunların gerçekleştirme oranları ise 1972 yılından beri her yıl Turizm Bakanlığı'nca turizm istatistikleri bülteni olarak yayınlanmaktadır.

Türkiye'nin turizm alanındaki en önemli amaçları çeşitlilik derecesi yüksek, rekabetçi ve verimli bir turizm ekonomisinin gerçekleştirilmesi, turizme önemli katkıları bulunan doğal ve kültürel değerlerin korunması ve yerel halk ve turistlerin turizmden beklentilerinin tam olarak karşılanması olarak özetlenebilir.

VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı için kurulan Turizm Özel İhtisas Komisyonunda dokuz alt komisyon görev yapmıştır. Genel Politikalar Komisyonu raporunda ve yasada, turizm politikasının ekonomik, sosyal ve çevre için temel amaçları üç başlık altında tesbit edilmiştir. Belirtilen amaçların açılımı ise ondört madde halinde özetlenmiştir <sup>329</sup>. Amaçlar ile hedefler ve amaçlara ulaşmak için izlenecek yol zaman zaman birbirine karıştırıldığı için çalışmada sunulan amaç ve politika kavramları tanımlarına uygun olarak turizm gelişiminin amaçları ve politikaları aşağıdaki gibi yeniden gruplandırılabilir:

1. Rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi.
  - Turizm ürünlerinin nicelik, nitelik ve fiyatları itibarı ile mevcut ve gelecekteki talebe uygun olarak ve ülkenin arz olanakları dikkate alınarak geliştirilmesi.
  - Sektörün, yapısal ve fonksiyonel olarak, ulusal ekonomiye sağladığı katma değer en üst düzeye çıkarılacak şekilde organize edilmesi.
  - Türkiye'nin uluslararası turizm gelirlerindeki payının artırılması.
  - Dünyada talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak sektörde küçük ölçekli işletmelere yatırım ortamı sağlanması
  - İşletmecilikte personel nitelikleri ve hizmet kalitesinin yükseltilmesinin sağlanması, hizmet sektöründe sertifikasyona geçilmesi
2. Yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması.
  - Turizmin sağladığı faydanın halka yaygınlaştırılması.

---

<sup>329</sup> İhsan ÇETİN, "VII. Beş Yıllık kalkınma Planında Turizm", 1. Turizm Şurası, T.C.Turizm Bakanlığı, Minpa Matbaacılık Tic. Ltd. Şti., Ankara, 1998, s.66.

- Turistler için en elverişli tatil ortamının yaratılması.
  - Çalışan yada emekli, tatil gereksinimi duyan her kesimden halkın tatil ihtiyacının karşılanması.
  - Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı yöre ve alanlarda yerel yönetimlerin ve halkın turizm ile ilgili kararlara katılımlarının sağlanması.
3. Doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğinin sağlanması.
- Ulusal ve yerel kimliğin korunması ve zenginleştirilerek yaşatılması.
  - Doğal ve kültürel kaynakların bugünkü ve gelecekteki nesillerin ihtiyaçları dikkate alınarak "sürdürülebilir turizm gelişimi" ilkesi çerçevesinde kullanılması.
  - Doğal ve kültürel kaynakların kullanıma açılması kararlarında ve kullanılmaları arasında doğal ve kültürel peyzaj ile uyum sağlaması.
  - Özellikle orta yükseklikteki dağlık ve ormanlık yörelerde turizmin tarım ve orman sektörleri ile birlikte ele alınması.
  - Fiziki planların amaçlarına yönelik olarak tavizsiz uygulanması.

Yukarıda belirtilen ulusal turizm gelişimi amaçları Nevşehir turizm bölgesi için de bir çerçeve oluşturmaktadır. Ancak, yerel imkanlar ve mevcut turizm gelişiminin durumu dikkate alınarak, bölgesel düzeyde amaçların ve politikaların oluşturulması gerekmektedir.

Ulusal turizm planlarının soyut düzeyden kurtarılması ve daha somut hale getirilebilmesi için bölgesel düzeyde fiziksel planlara ihtiyaç vardır. Nevşehir ili dikkate alındığında fiziksel planlama konusunda şu tespitler yapılabilir: Planlama; üzerinde toplumsal anlaşma sağlanması gerekli bir süreç olmasına rağmen yerel ve bölgesel düzeyde insanların ihtiyaçları ve beklentileri araştırılmadan sadece uzman görüşlerine dayanılarak fiziksel planlar üretilmektedir.

İmar planı; bir araziye ait kullanım kararlarını ve yapılaşma koşullarını belirleyen yasal nitelikteki çizili dökümanlardır. Bu dökümanlar 1/25.000 ölçekte çevre düzeni planı, 1/5.000 ölçekte nazım imar planı, 1/1.000 ölçekte uygulama planı adını almaktadır. Mevcut imar planı sınırları dışında ve bu planla bütünleşmeyen konumda bulunan alanlar üzerinde düzenlenen ve sosyal <sup>330</sup> ve teknik altyapı <sup>331</sup> için kendi bünyesinde çözüm getiren uygulama imar planlarına mevzi imar planı adı verilir. İmar planları plan hazırlamaya yetkili kişilerce

<sup>330</sup> Açıklama:Sağlıklı bir çevre meydana getirmek amacı ile yapılması gereken eğitim, sağlık, dini, kültürel ve idari yapılar ile park, çocuk bahçeleri ve yeşil alanlara verilen isimdir.

<sup>331</sup> Açıklama: Elektrik, havagazı, içme suyu, kanalizasyon ve her türlü ulaştırma, haberleşme ve arıtım gibi servislerin temini yapılan tesisler ile açık ve kapalı otopark kullanışlarına verilen genel isimdir.

hazırlanır<sup>332</sup> ve onaylı halihazır haritalar<sup>333</sup> üzerine çizilir. Bu haritalarda yine yetkili<sup>334</sup> kişilerce hazırlanır. Planların hazırlanması, belirli teknik kural ve şartnamelere<sup>335</sup> uygun olarak yapılır. 1/1.000 ölçekli plan eğer sit alanlarında ise Koruma İmar Planı adını alır. 1/1.000 ölçekli plan olmaz ise bir bina projesi onaylanamaz. 1/50 proje ölçeğidir. 1/1.000 ölçekli planlar okunarak 1/50 ölçekli planlar hazırlanır. Çok daha ayrıntılı olan 1/20 ya da 1/1 ölçekli planlar ise tarihi bir kilisenin restorasyonunda, duvardaki bir freskin onarılması gibi detay projelerde kullanılır. Nevşehir İli düzeyinde hazırlanan fiziksel planlamalar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

*Göreme Tarihi Milli Parkı:* Milli park; bilimsel ve estetik bakımdan milli ve milletler arası ender bulunan tabii ve kültürel kaynak değerleri ile koruma, dinlenme ve turizm alanlarına sahip tabiat parçaları olarak tanımlanmaktadır. Ülkemizin doğal, kültürel ve rekreasyonel kaynaklarının gelecek kuşaklar için bugünden gözetilerek korunduğu en etkili alan koruma statüsü Milli Park uygulamalarıdır. Milli Park uygulamalarına 1958 yılında başlanmış olup, bugüne kadar yaklaşık 450 bin hektarlık alan Milli Park ilan edilmiştir<sup>336</sup>.

İlk planlama çalışmaları 1971 yılında yapılır ve "Göreme Tarihi Milli Park" çalışması adını taşımaktadır. Çalışmada ekonomik, sosyal ve turizmin gelişmesi üzerinde pek durulmamıştır. Ancak bu plan o tarihlerde yürürlükteki yasal mevzuat gereğince tavsiye niteliğinden ileriye gidemez<sup>337</sup>.

Kapadokya bölgesini üne kavuşturan özellikleri yoğun bir biçimde bir araya getiren Nevşehir yöresi 6 Aralık 1985 tarihinde Birleşmiş Milletler Eğitim-Kültür ve Bilim Teşkilatı (UNESCO) tarafından dünyanın olağanüstü güzellikte doğal ve

<sup>332</sup> Açıklama: 2.11.1985 gün ve 18916 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "İmar Planlarının Yapımını Yüklenecek Müellif ve Müellif Kuruluşlarının Yeterlilik Yönetmeliği" uyarınca belge sahibi müellifler.

<sup>333</sup> Açıklama: 10.4.1974 gün ve 14854 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 1/25.000 ve Daha Büyük Ölçekli Halihazır Haritaların Yapımına İlişkin Teknik Yönetmelik" uyarınca hazırlanmış ve 3194 sayılı İmar Kanununun 7. Maddesine göre tasdik edilmiş haritalar.

<sup>334</sup> Açıklama: 2.11.1985 gün ve 18916 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "halihazır Harita Alımı ile Zeminde Arzi ve Arsa Düzenleme Uygulaması İşlerini Yüklenecek Müellif ve Müellif Kuruluşlarının Durumlarına Ait Esaslar Hakkında Yönetmelik" uyarınca belge sahibi haritacılar.

<sup>335</sup> Açıklama: İmar Planı Yapılması ve Değişikliklerine Ait Esaslara Dair Yönetmelik.

<sup>336</sup> T.C. Orman Bakanlığı, **Milli Parklar ve Yaban Hayatı**, Milli Parklar ve Av -Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü, Seri No:1, Yayın No: 1, Ankara, 1993, s.4.

<sup>337</sup> Osman ERAVŞAR, **Kapadokya'da İnsan Yerleşim Alanları ve Sorunları**, Kapadokya Vakfı, Kapadokya Vakfı Yayınları, Nevşehir, 1996, s. 42-44.

kültürel yerlerinden biri kabul edilmiş ve "Dünya Doğal ve Kültürel Mirası"na katılmıştır<sup>338</sup>.

Daha sonraları 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle birlikte; bölge, Bakanlar Kurulu'nun 30.10.1986 gün ve 86/11135 sayılı kararıyla Milli Park Alanı olarak ilan edilir<sup>339</sup>.

Göreme Tarihi Milli Parkı, 9.572 hektar alana sahip olup, içerisine 1 ilçe merkezi (Ürgüp), 3 kasaba (Göreme, Uçhisar, Ortahisar), 2 köy yerleşim birimi (Çavuşin, Aktepe) ve İbrahim Paşa'nın bir kısım arazileri girmektedir. 1988 yılında Bakanlar Kurulu kararı ile Nevşehir'de Göreme Tarihi Milli Parkı Müdürlüğü kurulmuştur. 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu çerçevesinde Göreme Tarihi Milli Parkı içerisinde, belediye imar alanları dışında her türlü soyo-ekonomik iş, plan ve projelendirme faaliyetlerinin Müdürlükçe yürütülmesi gerekmektedir. Milli Park sahasındaki arkeolojik sit alanlarında kazı, restorasyon ve düzenlemeler, milli park kuruluşuna bilgi vermek koşulu ile Kültür Bakanlığı ilgili birimlerince yapılır. Milli Park sahasındaki planların gerektirdiği her türlü hizmet ve faaliyetler ile koruma, yönetim, işletme, tanıtım, sportif, eğlenme ve dinlenme hizmetleri için gerekli her türlü altyapı, üstyapı park müdürlüğü tarafından yapılır ya da yaptırılır, yönetilir veya işletilir. Ancak, kanunun bu hükmüne rağmen Göreme Tarihi Milli Parkı'nın master planı, gerekli personeli ve araç-gereçleri bulunmamaktadır. Belediyelerin ve diğer kuruluşların müdahaleleri nedeniyle yönetimin tek elde toplanamaması sonucu Göreme Tarihi Milli Parkı korunamamaktadır. Göreme Tarihi Milli Parkı'nın sadece bir ismi ve bir de müdürlüğü bulunmakta fakat hiç bir şey yapılmamamaktadır. Sadece milli park ilan edilmiş ve arkasında durulmamıştır<sup>340</sup>.

Kapadokya yöresi 23.2.1973 gün ve 7/5811 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile turizm sektörü açısından öncelikli yöreler arasına alınmış ve fiziksel planlarının hazırlanması öngörülmüştür. Tarihi ve doğal özellikleri nedeniyle Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu'nun 10.7.1976 günlü ve A-69 sayılı kararıyla bölge hakkında geniş çaplı koruma ilkeleri ve fiziksel planlama çalışmalarına temel teşkil edecek ana prensipler oluşturulmuştur. Bu prensipler doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı adına T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından düzenlenen Kapadokya 1/25.000 ölçekli Çevre Düzeni Planı, 1981 yılında onanarak yürürlüğe girmiştir. Çevre Düzeni Planı ile mevcut yerleşmelerin bünyesinde gelişebilecek

<sup>338</sup> Metin SÖZEN, "Yanardağların Armağanı", KAPADOKYA, Editör: Metin SÖZEN, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998, s.19.

<sup>339</sup> Osman ERAVŞAR, a.g.e., Dipnot No: 337, s. 42-44.

<sup>340</sup> Nevşehir, Göreme Tarihi Milli Park Müdürlüğü.

sınırlı sayıda yatak kapasitesi yanında iki ayrı yığılma noktasında turizm yerleşme alanı kararı getirilmiştir. Bu alanlar çekici alanlara yakınlık ve ulaşılabilirlik, teknik altyapı durumu, doğal görünümün bozulmaması, gelişmenin kontrol edilebilirliği kriterlerine ağırlık verilerek önerilmiştir. Bu alanlardan Mustafapaşa Turizm Yerleşme Alanı, Kültür ve Turizm Bakanlığı adına Turizm Bankası A.Ş. tarafından 1/1000 ölçekte planlanmıştır. Planlama alanı daha sonra Turizm Merkezi olarak ilan edilmiş ve bu karar 6.9.1982 günlü Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Aynı şekilde ikinci alan olan Uçhisar Turizm Yerleşme Alanları da T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından 1/1000 ölçekte planlanmıştır. Kapadokya turizm yatırım alanları aşağıda belirtilen sekiz alt bölgeye ayrılmaktadır<sup>341</sup>:

1. Nevşehir Turizm Yatırım Alanları
2. Doğu Nevşehir Turizm Yatırım Alanları
3. Batı Uçhisar Turizm Yatırım Alanları
4. Uçhisar Turizm Yatırım Alanları
5. Ortahisar Turizm Yatırım Alanları
6. Ürgüp Turizm Yatırım Alanları
7. Mustafapaşa Turizm Yatırım Alanları
8. Avanos Turizm Yatırım Alanları

Yukarıda belirtildiği gibi, 1970'li yıllarda başlayan bölge nazım imar planı çalışmaları çok uzun sürmüş ve hatta onandıktan sonra yürürlüğe girmesi tam beş yıl almıştır. Bu çalışma kapsamında, Kültür Bakanlığı'nca Kapadokya genelinde sit alanları belirlenmiş ve bu alanlarda geçerli olacak koşullar açıklanmıştır.<sup>342</sup> Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu'nun 10.7.1976 günlü ve A-69 sayılı kararıyla, kaya oluşumlarının olduğu alanlar Doğal ve Tarihi Sit Alanı olarak belirlenmiş ancak o zamanki mevzuat gereği sitin derecesi belirtilmemiştir. Günümüzde hala sit dereceleri belirlenmeye çalışılmakta ve yapılanma koşulları ile ilan edilmesi beklenmektedir. Plan yürürlükte olmasına rağmen planı o zamanki Kültür ve Turizm Bakanlığı kendi kendine hazırladığı ve kendi bünyesinde bulunan Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'ndan onay almadığı için plana göre hareket edenler bile Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'ndan onay alamamakta ve sonuçta mahkemelik olmaktadır<sup>343</sup>.

<sup>341</sup> T.C. Turizm Bakanlığı, **Kapadokya Turizm Yatırım Alanları**, T.C. Turizm Bankası A.Ş. , Fiziksel Planlama Grup Başkanlığı, Ankara, 1986, s.11.

<sup>342</sup> Osman ERAVŞAR, a.g.e., Dipnot No: 337, 42-44.

<sup>343</sup> Nevşehir, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü, Nevşehir, 1999.

Nevşehir İl Turizm Koordinasyon Kurulu (1999) toplantısında 1/25.000 lik planın yapılması kararı almıştır. Bu karardan iki sonuç çıkarılabilir: Kurulun 1725.000 ölçekli plandan haberi yok, bu imkansız. İkincisi, yürürlükteki plan günün koşullarına cevap veremeyecek nitelikte görülmektedir.

Bayındırlık ve İskan İl Müdürlüğü, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü, Kültür Müdürlüğü gibi kurumların yetkilileri ve bölgedeki yerel halk ile yapılan görüşmelerde de aynı sorun devamlı gündeme getirilmekte ve kaçak yapılaşma önlenememektedir.

Doğal, tarihi ve kültürel değerler, 2863 sayılı kanun kapsamına giren kültür ve tabiat varlıkları ve sit alanlarıdır. Nevşehir'de kültürel varlıkların tesbiti ve tescili çalışması Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü tarafından yürütülmesine rağmen, henüz tamamlanamamıştır. Koruma İmar Planı bulunan yerleşimler; Göreme (1994), Nar Beldesi, Avanos (1991), Derinkuyu, Sulusaray'dır. Mustafapaşa'nın koruma imar planı yaptırılmaktadır <sup>344</sup>.

Diğer bir sorun ise değişik ölçeklerdeki planların birbirlerine uymamasıdır. Örneğin; Ürgüp belediyesi 1/5.000 ölçekli nazım imar planı 1/25.000 ölçekli çevre Düzeni Planı ile hemen hemen aynı tarihlerde onanmasına ve 1/5.000 ölçekli planın 1/25.000 ölçekli plana uyumlu hazırlanması gerekmesine rağmen aralarında tutarsızlık bulunmaktadır. Belediye'de işine hangisi gelirse onu uygulamakta ve karmaşa çıkmaktadır <sup>345</sup>.

**4. İnsan Kaynakları ve Turizm Eğitim-Öğretim Kurumları:** Nevşehir ilinin nüfusu 289.509'dur. Nevşehir'in Türkiye toplam nüfusu içindeki payı gittikçe azalmaktadır. Nevşehir okuma yazma bilenler açısından Türkiye ortalamasının üstünde, İç Anadolu'ya yakın bir yerde bulunmaktadır. Nevşehir'de 44.179 kişi, nüfusun %17'si okuma yazma bilmemektedir. Lise mezunları oranı % 4'dür. Yüksek okul ve fakülte mezunları oranı (%2) açısından hem Türkiye'nin (%3) hem de İç Anadolu'nun (%4) altında bir orana sahiptir. Bu ise insan kaynaklarının niteliği açısından Nevşehir için olumlu olmayan bir durumdur. İşverenlerin %62'si ilk okul, %10 orta okul, %9'u lise, %4'ü lise dengi meslek okulu, %11' i de fakülte ve yüksek okul mezunudur <sup>346</sup>.

Nevşehir ili toplu öğrenci mevcudunun öğretim kademelerine göre dağılımı ve okullaşma oranı; ana sınıflarında %2, ilk öğretim okullarında %81, genel liselerde

<sup>344</sup> Nevşehir, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü, Nevşehir, 1999

<sup>345</sup> Nevşehir, Ürgüp Belediye Başkanlığı, 1999.

<sup>346</sup> Mustafa SAATÇI, Ekrem Dölek, vd., **Nevşehir'in Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Gelişme Potansiyelleri**, Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası Tarafından Hazırlatılan Yayınlanmamış Rapor, Nevşehir, 1997, s. 5-14.

%9 ve meslek liselerinde %8'dir. 1997-1998 öğretim yılı itibari ile İl genelinde bulunan okul, öğrenci ve öğretmen sayıları Tablo 16'da gösterilmektedir.

**Tablo 16. Nevşehir'de Eğitim ve Öğretimin Durumu**

| Okul Sınıfı        | Okul Sayısı | Öğrenci Sayısı | Öğretmen Sayısı |
|--------------------|-------------|----------------|-----------------|
| Ana Sınıfı         | 57          | 1.015          | 58              |
| İlk Okul           | 185         | 29.446         | 1.230           |
| Orta Okul          | 110         | 13.146         | 334             |
| Lise ve Dengi Okul | 40          | 8.979          | 147             |
| TOPLAM             | 392         | 52.586         | 1.769           |

Kaynak: Nevşehir Valiliği, Nevşehir Yıllığı 1999, Yayına Hazırlanmakta. Eğitim ve Öğretim Bölümü'nden Faydalanılarak Düzenlenmiştir.

Turizm ile ilgili eğitim ve öğretim veren 3 okul bulunmaktadır. Bunlar; Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Anadolu Otelcilik Lisesi ve Turizm Eğitim Merkezi (TUREM)'dir.

Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, 1984 yılında Erciyes Üniversitesi'ne bağlı olarak kurulmuş olup, lisans diploması veren bir yüksek okuldur. Yüksek Okul'da turizm işletmeciliği ve otelcilik bölümü ile turist rehberliği bölümü olmak üzere iki bölüm mevcuttur. Bugüne kadar 137 kız ve 455 erkek öğrenci olmak üzere toplam 592 öğrenci mezun eden okulun 1998 yılı itibari ile 134 kız, 369 erkek olmak üzere toplam 503 öğrencisi bulunmaktadır. Bölgede staj yapan öğrenci sayısı okulun öğrenci sayısına göre çok düşüktür<sup>347</sup>.

Bu durumu yaratan bazı sebepler bulunmaktadır. Bölgedeki turizm işletmelerinin yöneticileri ve personel müdürleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1. Mezunların bölge dışına çıkma özlemleri ve deniz kenarına gitmek için bunu bir fırsat olarak değerlendirmeleri,
2. Bölgedeki fiyat rekabeti, yatak fiyatlarının düşüklüğü ve bunun personel ücretlerine yansması sonucu personeli tatmin edecek ücretlerin olmayışı,
3. Bölgede rekreatif faaliyetlerin az oluşu,
4. Turizm öğrenimi ve eğitimi veren okulların amaçlarını tam olarak gerçekleştirememesi. Örneğin; yüksek okulda sağlıklı bir branşlaşma olmaması.
5. TUREM'e bölge dışından öğrencilerin alınması ve mezunların bölgeyi terk etmesi.

<sup>347</sup> Nevşehir, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, 1999.

Meslek Yüksek Okulları açılarak, bu okullara öğrenci kayıtlarında bölgede yaşayan insanlara öncelik verilmesi, turizmde nitelikli işgücü istihdamının sağlanmasına ve personel devir hızının azalmasına yardım edebilir.

### 3.1.2.1.2. BÖLGENİN FİZİKSEL ALT-YAPISI

Bölgenin fiziksel alt-yapısını oluşturan unsurlar ve mevcut durumları aşağıda açıklanmaktadır.

**1. Ulaşım, Ulaştırma Tesisleri ve Hizmetleri:** Bölgeye ulaşım ve bölge içinde ulaşım ayrı ayrı incelenmektedir.

*Bölgeye ulaşım durumu:* Nevşehir'in komşu illere olan karoyolu uzaklığı; Aksaray 75, Kayseri 104, Kırşehir 90, Niğde 80 ve Yozgat 189 km.dir. Nevşehir İç Anadolu'da yer aldığı için deniz yolu ulaşımı bulunmamaktadır. Ayrıca demiryolu ulaşımı da bulunmamaktadır. Havayolu ulaşımı ise günümüze kadar komşu il olan Kayseri üzerinden sağlanmakta idi. Nevşehir'de, Gülşehir (Tuzköy) ilçesinde 1994 yılından beri inşaatına devam edilen uluslararası havalimanının altyapısı ile birlikte proje bedeli 2.9 trilyondur. Bugüne kadar yapılan harcama 3.3. trilyon olup, fiziki gerçekleşmesi %83'tür<sup>348</sup>. Tuzköy'de 15.3.1999 tarihinde açılan Kapadokya Havalimanı ulaşım sorununun çözümünde bir umut olarak görülmektedir. Nisan 1999 dan itibaren perşembe ve pazar günleri Türk Hava Yolları haftada iki gün tarifeli uçuş seferleri koymayı planlamaktadır. Şimdilik charter uçuşları için gerekli potansiyel görülmemektedir. İki iç hat girişleri ve iki dış hat çıkışları olmak üzere dört kapısı bulunmaktadır. Genişliği 45 m. ve uzunluğu şu an 3000 metre olan piste 200 m. daha ilave edilmeye çalışılmaktadır. Kızılırmak kenarında bulunduğu için buzlanma olasılığı sıfıra yakın olan pistin sertlik derecesi %100'dür. Bu nedenle en ağır uçakların bile inip kalkması mümkün görülmektedir. Havalimanında 120 kişinin çalışması öngörülmekte olup, şu anda açılış safhasında 26 kişi görevlendirilmiş bulunmaktadır<sup>349</sup>. Şehirler arası yolcu taşımacılığı Nevtur Turizm ve Göreme Turizm otobüs işletmeleri tarafından yapılmaktadır. Akşam 20.30'dan sonra servis olmadığı için şehirler arası yolcu taşıma olanaklarından faydalanmak mümkün olmamaktadır.

Sahil yörelerine deniz tatili için gelenler, tatil yaptığı yerlerden Kapadokya turlarına katılmaktadır. Antalya ili ve çevresinden (Alanya, Manavgat, Kemer, Belek, Beldibi, Side gibi) gelenler Antalya'dan Manavgat sapağından mola dahil 450 km. lik

<sup>348</sup> Nevşehir Valiliği, **Nevşehir İl Yıllığı 1999**, Nevşehir Valiliği Tarafından Yayına Hazırlanmaktadır. Sayfa Numaraları Henüz Belirlenmemiştir.

<sup>349</sup> Nevşehir, Argeus Seyahat Acentası (THY Acentası).

yolu 6 saatte gelmekte. Otomobil ile ulaşım ise 5 saat sürmektedir. Diğer turlar ise aşağıdaki gibi dört şekilde gerçekleştirilmektedir:

1. İstanbul - Ankara - Kapadokya - Konya - Pamukkale - İstanbul.
2. İstanbul - Ankara - kapadokya - Konya - Pamukkale - İzmir.
3. İzmir - Pamukkale - konya - Kapadokya - Ankara - İstanbul.
4. İzmir - Pamukkale - Konya - Kapadokya - Ankara - İzmir.

**Bölge içi ulaşım durumu:** Önemli turistik yerlerin Nevşehir Merkez ile ulaşım durumları dikkate alındığında bölge içindeki ulaşım Tablo 17'de olduğu gibi açıklanabilir. Bölge içinde toplu taşımacılık araçları ile yapılan ulaşım sabah 6.00, akşam 18.30 arasında yapıldığından o saatten sonra ulaşım ancak taksi ya da özel araçlar ile gerçekleştirilebilmektedir. Ulaşım araçları ise estetik ve konforlu olmaktan çok uzak olup döküntü denilebilecek çirkin görünümlere sahiptir. Yerel halka bile zor yeten toplu ulaşım araçlarında turistler zor şartlarda seyahat etmektedir. İl merkezi ile ulaşım bu şekilde sağlanmasına rağmen ilçelerin birbirleri arasındaki toplu ulaşım araçları ile olan ulaşımı ise yok denecek kadar azdır.

**Tablo 17. Nevşehir'de Yerleşim İçi ve İl Merkezine Ulaşım**

| Yerleşim               | Yerleşim İçi ve İl Merkezine Ulaşım |        |      |        |
|------------------------|-------------------------------------|--------|------|--------|
|                        | B.O.                                | Ö.H.O. | B.M. | Ö.H.M. |
| <b>Nevşehir Merkez</b> | 7                                   |        |      | 36     |
| Göreme Beldesi         | 2                                   |        |      |        |
| Kaymaklı Beldesi       | 1                                   |        | 4    | 1      |
| Uçhisar                | 4                                   |        |      |        |
| Tatların               | 2                                   |        |      |        |
| <b>Avanos</b>          | 5                                   | 4      |      |        |
| Özkonak                |                                     |        |      |        |
| <b>Derinkuyu</b>       |                                     | 4      |      |        |
| <b>Gülşehir</b>        | 3                                   |        | 3    |        |
| Tuzköy                 | 2                                   |        |      |        |
| <b>Hacıbektaş</b>      | 2                                   |        |      |        |
| <b>Kozaklı</b>         | 2                                   |        |      |        |
| <b>Ürgüp</b>           | 8                                   | 8      |      |        |

Kaynak : Nevşehir İl Yıllığı 1999, Yayına Hazırlanmaktadır.

Yararlanılarak düzenlenmiştir.

B.O.: Belediye Otobüsü Ö.H. O.: Özel Halk Otobüsü

B.M.: Belediye Midibüsü Ö.M.: Özel Halk Midibüsü

Bölgede tur düzenleyen büyük seyahat acentaları bölge turlarını kendi otobüsleri ile sağlamaktadırlar. Münferit olarak gelen turistler ise bölgedeki seyahat acentalarının düzenledikleri turlara katılmaktadırlar. Ayrıca araba kiralama servisleri de bulunmaktadır. Nevşehir'e ulaşımın ve Nevşehir içi ulaşımın yeterli bir düzeyde

olduğunu söylemek güçtür. Ancak, yeni yapılan Tuzköy Havalimanı'nın bölgenin ulaşım sorununun çözümüne büyük katkı sağlayacağı umut edilmektedir.

**Tablo 18. Nevşehir Karayollarının Yol Satış Durumları**

| Satış Durumu | Devlet Yolu | İl Yolu | Toplam (km) |
|--------------|-------------|---------|-------------|
| Asfalt       | 219         | 297     | 516         |
| Stabilize    | -           | 1       | 1           |
| Geçit vermez | 27          | 11      | 38          |
| Toplam       | 246         | 309     | 555         |

Kaynak: Nevşehir İl Yılı 99, Yayına Hazırlanmaktadır. Yararlanılarak düzenlenmiştir.

Yerleşimler içindeki yol yapımları belediyeler tarafından yapılmaktadır. Ancak, belediyelerin bütçelerinin yetersizliği nedeni ile bir çok turizm işletmesinin yoğunlaştığı alanlara bile gerekli özen gösterilememektedir.

**2. Enerji:** Nevşehir İli enerji tüketimi konusunda önemli bir yere sahiptir. Bu önem tarımsal sulamadan dolayı enerjiye olan talepten kaynaklanmaktadır. Kış aylarında Nevşehir ortalama puantı 38 MVA iken bu oran yaz aylarında 160 MVA'ya kadar çıkmaktadır. Nevşehir İli TEDAŞ'a ait dört trafo merkezden beslenmektedir. 1997 yılı itibari ile abone sayısı 110.088 ve elektrik tüketimi 326.548.000 kw.tır. 1980'li yıllarda başlayan tarımsal sulama büyüyerek elektrik enerjisine olan talebi daha da artırmaktadır. Yaz aylarında tüketilen enerjinin 3/4'ü tarımsal sulamaya aittir. Açıklanan bu nedenlerden dolayı ilin elektrik ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır<sup>350</sup>. Turizm işletmecileri yaz aylarında yaşanan elektrik kesintilerinden yakınmaktadırlar. Yakınmalar, soğutucuların motorlarının ve yiyeceklerin bozulması, odaların karanlık olması, asansörlerin çalışmaması konularında yoğunlaşmaktadır. Bazı büyük işletmeler kendi sorunlarını jeneratör alarak çözümlenmiş olmalarına rağmen, orta ve küçük ölçekli işletmeler 80-90 bin dolar olan jeneratörleri finanse edememekte ve işletmelerin yoğunluğunda jeneratör bulunmamaktadır.

**3. Su ve Kanalizasyon Sistemleri:** Su şebekeleri, suyun yeterliliği ve kanalizasyon sistemleri ilçeler ve önemli yerleşimler dikkate alınarak incelenmektedir. Tablo 19'dan da görüldüğü gibi önemli turistik yerleşimlerde su ve kanalizasyon sistemlerinin kurulması sorunu çözümlenememiştir. Bu nedenle kanalizasyon ve diğer pis sular vadilere ve Kızılırmak'a akıtılmaktadır. Hatta Avanos'ta arıtma tesisi bittiği halde kanalizasyon şebekesi tamamlanamadığından ırmak kirletilmektedir.

<sup>350</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

**Tablo 19. Yerleşimlere Göre Su ve Kanalizasyon Sistemlerinin Mevcut Durumu**

| Yerleşim         | Su Sistemi                         | Kanalizasyon Sistemi                                  |
|------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Nevşehir Merkez  | Tamam.                             | %95'i tamamlanmış.                                    |
| Göreme Beldesi   | Şebeke var.Su yetersiz.            | %95'i tamamlanmış.                                    |
| Kaymaklı Beldesi | %100'ü tamamlanmış.                | %70'i tamamlanmış.                                    |
| Uçhisar          | Şebeke var.Su yetersiz.            | %50 tamamlanmış.<br>Arıtma tesisi ihtiyacı var.       |
| Tatların         | Tamam.                             | %95'i tamamlanmış.                                    |
| Avanos           | %95'i tamamlanmış.                 | %45'i tamamlanmış.                                    |
| Özkonak          | %100'ü tamamlanmış.                | %95 tamamlanmış.<br>Arıtma tesisi ihtiyacı var.       |
| Derinkuyu        | Yeterli.                           | Yok.                                                  |
| Gülşehir         | Yeterli.                           | Yeterli değil.                                        |
| Tuzköy           | Yeterli.                           | Yok.                                                  |
| Hacıbektaş       | Şebeke var. Su yetersiz.           | %80'i tamamlanmış.                                    |
| Kozaklı          | Yeterli.                           | %95'i tamamlanmış.                                    |
| Ortahisar        | Şebeke var. Su ve şebeke yetersiz. | Mevcut.                                               |
| Acıgöl           | %100 tamamlanmış.                  | Sadece çarşı merkezinde var. Diğer kesimler foseptik. |
| Ürgüp            | En büyük sorunları.                | Yetersiz.                                             |

Kaynak : Nevşehir İl Yıllığı 1999, Yayına Hazırlanmaktadır, Yararlanılarak düzenlenmiştir.

**4. Katı Atık Sistemi:** Nevşehir bölgesinde katı atık sistemi ile ilgili en önemli sorunu çöplerin nerede toplanacağı ve imha edileceği oluşturmaktadır. Merkezi bir çöp toplama yeri olmaması nedeni ile Ürgüp - Avanos yolu üzerinde Devrent Vadisi'ne girerken yolun sağında sit alanında, Göreme'den Çavuşin'e giderken yolun solunda sit alanında, Nevşehir merkez ilçeden Tatların'e giderken yolun solunda ve sağında çöp tepeleri, Ortahisar'da limon depolarının önünde bozulan limonların yığınlar oluşturması çok sağlıksız ve çirkin görüntülere neden olmaktadır.

**5. İletişim - Haberleşme:** İl merkezi ve 7 ilçe, 34 kasaba ve 144 köyden oluşan toplam 186 yerleşim yerinde 106 santral çalışmaktadır. Nisan 1998 itibariyle santral işletme kapasitesi 79.380 hat olup, çalışan abone sayısı 71.312'dir. İl genelinde tüm yerleşim yerleri otomatik santralli aboneye kavuşturulmuştur. İl genelinde 352 adet manyetik kartlı, 117 adet jetonlu ve 17 adet masa tipi olmak üzere toplam 486 adet ankesörlü telefon çalışmaktadır. İlde, PTT Başmüdürlüğü'ne bağlı üç birim Müdürlüğü 13 adet PTT Merkez Müdürlüğü ve 31 Şube ile posta ve telgraf hizmetleri yürütülmektedir<sup>351</sup>. Telefon hizmetleri ile ilgili bir sorun bulunmamaktadır. Ancak, bazı işletmeler ankesörlü telefon temin edemediklerinden şikayetçi olmuşlardır. Postadaki gecikmeler ve önemli yerlerde posta kutularının

<sup>351</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

olmayışı en önemli sorunlardır. Önemli hediyeelik eşya mağazalarında, ören yerleri ve müzelerde posta kutuları bulunmamaktadır. Bu tür yerlerde posta kartı ve pul satışları yapılması bölgeye ve ülkeye gelir sağlayacak ve hizmet kalitesini artırarak turist tatminini sağlayacak önemli bir hizmettir.

**5. Bankacılık:** Nevşehir il genelinde 12 bankanın toplam 35 şubesi bulunmaktadır. Banka şubesi olmayan ilçe yoktur. Ayrıca, özel döviz büroları da bulunmaktadır. Bölgede, Merkez Bankası'nın bir şubesinin olmamasının dışında bankacılık işlemlerinde bir sıkıntı yaşanmamaktadır. Konaklama işletmelerinde, hediyeelik eşya mağazalarında ve marketlerde, ülkemizde kredi kartı sisteminin de çok yaygınlaşmış olması nedeni ile kredi kartı kullanılmaktadır.

**6. Sağlık:** İl genelinde 61 sağlık ocağı, 127 köy sağlık evi, 1 Nevşehir Devlet Hastanesi, 1 Ürgüp Devlet Hastanesi, 1 Verem Savaş Dispanseri, 1 Halk Sağlığı Laboratuvarı, 1 Ana Çocuk sağlığı ve Aile Planlaması Merkezi hizmet vermektedir<sup>352</sup>. Mevcut sağlık hizmetleri yerel halk için bile yetersiz kalmaktadır. Hastane kapılarında insanlar uzun kuyruklar oluşturmakta, amaliyatlar için iki üç ay sonrasına gün verilmektedir. Başlıca çevre sağlığı sorununu ise su ve kanalizasyon şebekelerinin yetersizliği oluşturmaktadır. Ülkemizin genel sağlık sorunları ile büyük benzerlik gösteren bu sorunlar nedeni ile orta ve üçüncü yaş turizmine hizmet veren bölge sağlık altyapısı açısından yetersiz durumda bulunmaktadır.

### 3.1.2.2. BÖLGEDEKİ TURİZM TESİSLERİ VE HİZMETLERİ

Planlama sürecinin araştırma ve değerlendirme evresinin bir parçası olarak mevcut her türlü tesis ve hizmet türü turizm gelişimine uygunluğuna göre araştırılır ve değerlendirilir. Bu kısımda konaklama, yeme-içme, seyahat acentacılığı, turist bilgilendirme ve rehberlik hizmetleri değerlendirilmektedir.

**1. Konaklama:** Nevşehir bölgesinde bulunan konaklama tesisleri; 1999 yılı itibari ile türleri, yerleri, oda sayısı, yatak sayısı ve sunduğu imkanlara göre değerlendirilmektedir. Konaklama tesileri ile ilgili bilgiler Nevşehir Turizm İl Müdürlüğü'nde konaklama tesislerine ait bilgi doylarından derlenmiştir. Turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin yerleşimleri, sınıfları, oda sayıları, yatak sayıları ve çalışma durumları Tablo 20 'de sunulmaktadır.

<sup>352</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

**Tablo 20. Nevşehir'de Turizm Belgeli Konaklama Tesisleri**

| Tesisin Adı      | Yeri       | Sınıfı | Oda  | Yatak | Belge Tarihi | Çalışma Şekli : D / M |
|------------------|------------|--------|------|-------|--------------|-----------------------|
| Dedeman Otel     | Nevşehir   | *****  | 349  | 734   | 1987         | D                     |
| Altınöz Otel     | Nevşehir   | ****   | 120  | 248   | 1988         | D                     |
| Peri Tower       | Nevşehir   | ****   | 125  | 270   | 1989         | D                     |
| Kapadokya Lodge  | Nevşehir   | ****   | 146  | 291   | 1987         | D                     |
| Orsan Oteli      | Nevşehir   | ***    | 95   | 191   | 1964         | D                     |
| Kavas Oteli      | Nevşehir   | **     | 50   | 100   | 1986         | M                     |
| Otel Şekeryapan  | Nevşehir   | **     | 37   | 74    | 1987         | D                     |
| Viva Oteli       | Nevşehir   | **     | 54   | 108   | 1972         | D                     |
| Epok Oteli       | Nevşehir   | **     | 60   | 120   | 1985         | D                     |
| Hotel Seven      | Nevşehir   | **     | 23   | 46    | 1987         | D                     |
| Avrasya Oteli    | Avanos     | ****   | 126  | 261   | 1988         | D                     |
| Yıltok Oteli     | Avanos     | ****   | 179  | 364   | 1988         | D                     |
| Büyük Avanos     | Avanos     | ***    | 51   | 104   | 1987         | D                     |
| Irmak Oteli      | Avanos     | ***    | 128  | 256   | 1987         | D                     |
| Otel Altinyazı   | Avanos     | ***    | 114  | 228   | 1987         | M                     |
| A.Yazı K.Irmak   | Avanos     | ***    | 92   | 184   | 1964         | D                     |
| Palansaray Otel  | Avanos     | **     | 46   | 87    | 1992         | M                     |
| Melagobia Otel   | Derinkuyu  | ***    | 32   | 64    | 1985         | D                     |
| Ataman Otel      | Göreme     | ***    | 35   | 70    | 1988         | D                     |
| Çiner Otel       | Göreme     | ***    | 42   | 87    | 1989         | D                     |
| Turist otel      | Göreme     | ***    | 68   | 143   | 1992         | M                     |
| Osmanlı Evi      | Göreme     | **     | 35   | 70    | 1989         | D                     |
| Gülşehir Motel   | Gülşehir   | ***    | 42   | 84    | 1964         | D                     |
| Cem Otel         | Hacıbektaş | **     | 24   | 48    | 1985         | D                     |
| Le Princes Hotel | Kaymaklı   | ***    | 127  | 260   | 1984         | D                     |
| Yapıseller       | Kozaklı    | **     | 36   | 72    | 1992         | -                     |
| Sezerler         | Kozaklı    | **     | 38   | 104   | 1995         | -                     |
| Altınsu Tesisi   | Kozaklı    | *      | 36   | 72    | 1992         | D                     |
| Kaya Oteli       | Uçhisar    | ***    | 67   | 134   | 1964         | D                     |
| Büyük Almira     | Ürgüp      | ****   | 101  | 215   | 1992         | D                     |
| Dinler Otel      | Ürgüp      | ****   | 172  | 344   | 1987         | D                     |
| Otel Mustafa     | Ürgüp      | ****   | 102  | 210   | 1986         | D                     |
| Otel Perissia    | Ürgüp      | ****   | 231  | 462   | 1985         | D                     |
| Otel Arkadaş     | Ürgüp      | ***    | 67   | 111   | 1989         | -                     |
| Otel Taşkınlar   | Ürgüp      | **     | 44   | 88    | 1994         | -                     |
| Taşsaray Otel    | Ürgüp      | **     | 109  | 177   | 1986         | D                     |
| Otel Sarnıç      | Ürgüp      | **     | 37   | 70    | 1989         | M                     |
| Janet Otel       | Ürgüp      | **     | 36   | 78    | 1989         | -                     |
| Otel Alfina      | Ürgüp      | Ö.B.   | 26   | 52    | 1986         | M                     |
| Feza Oteli       | Ürgüp      | *      | 30   | 64    | 1987         | -                     |
| Turban Motel     | Ürgüp      | 1.S.M  | 235  | 473   | 1983         | D                     |
| Yeni Yükseller   | Ortahisar  | ***    | 57   | 117   | 1988         | M                     |
| Otel Burcu       | Ortahisar  | ***    | 51   | 88    | 1987         | M                     |
| Gomeda Oteli     | M.Paşa     | ***    | 135  | 280   | 1990         | D                     |
| Sinasos Oteli    | M.Paşa     | *      | 60   | 118   | 1970         | D                     |
| Toplam : 45      |            |        | 3870 | 7821  |              |                       |

Kaynak: Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü, 1999. Konaklama işletmelerinin dosyalarından düzenlenmiştir

1.S.M.: Birinci Sınıf Motel Ö.B.: Özel Belge

D.: Yıl boyu faaliyet gösteren M.: Mevsimsel

Yatak sayısının , turizm belgeli yatak sayısının, belediye belgeli yatak sayısının, pansiyon ve motel yatak sayısının yerleşimlere göre dağılımı Tablo 21'de sunulmuştur.

**Tablo 21. Nevşehir'de Oda ve Yatak Sayılarının Yerleşimlere Göre Dağılımı**

| Yerleşim   | TB | O    | Y    | BB | O    | Y    | M  | O   | Y   | P  | O   | Y    | TY    |
|------------|----|------|------|----|------|------|----|-----|-----|----|-----|------|-------|
| Nevşehir   | 10 | 1059 | 2182 | 8  | 209  | 411  |    |     |     |    |     |      | 2593  |
| Göreme     | 4  | 180  | 370  | 3  | 51   | 124  |    |     |     | 40 | 365 | 1038 | 1532  |
| Avanos     | 7  | 736  | 1484 | 3  | 80   | 156  | 3  | 61  | 145 | 6  | 69  | 182  | 1967  |
| Derinkuyu  | 1  | 32   | 64   | 2  | 22   | 45   |    |     |     |    |     |      | 109   |
| Gülşehir   | 1  | 42   | 84   | 3  | 67   | 147  |    |     |     |    |     |      | 231   |
| Hacıbektaş | 1  | 24   | 48   | 1  | 16   | 40   |    |     |     | 1  | 7   | 22   | 110   |
| Kozaklı    | 3  | 110  | 248  | 6  | 104  | 259  | 4  | 102 | 244 |    |     |      | 751   |
| Ürgüp      | 12 | 1190 | 2344 | 29 | 542  | 1211 |    |     |     | 4  | 33  | 71   | 3626  |
| M.Paşa     | 2  | 195  | 398  | 3  | 29   | 38   |    |     |     | 3  | 32  | 74   | 510   |
| Ortahisar  | 2  | 108  | 205  | 2  | 215  | 460  | 2  | 90  | 180 | 3  | 27  | 60   | 905   |
| Uçhisar    | 1  | 67   | 134  |    |      |      | 1  | 40  | 85  | 11 | 172 | 375  | 594   |
| Çavuşin    |    |      |      |    |      |      | 1  | 30  | 60  | 3  | 34  | 77   | 137   |
| Kaymaklı   | 1  | 127  | 260  |    |      |      |    |     |     | 1  | 6   | 15   | 275   |
| Toplam     | 45 | 3870 | 7821 | 60 | 1335 | 2891 | 11 | 323 | 714 | 72 | 745 | 1914 | 13340 |

TB: Turizm Belgeli Otel  
O: Oda Y: Yatak

BB: Belediye Belgeli Otel  
TY: Toplam Yatak

M: Motel

P:Pansiyon

Yerleşimler konaklama sınıflarına göre farklılıklar göstermektedir. (Tablo 22 ve Tablo 23).

**Tablo 22. Nevşehir'de Yatak Sayılarının Yerleşimlere Dağılımı**

| YERLEŞİM    | YS    | %   | YERLEŞİM    | TBY  | %   |
|-------------|-------|-----|-------------|------|-----|
| Ürgüp       | 3626  | 27  | Ürgüp       | 2344 | 30  |
| Nevşehir    | 2593  | 19  | Nevşehir    | 2182 | 28  |
| Avanos      | 1967  | 15  | Avanos      | 1484 | 19  |
| Göreme      | 1532  | 12  | Mustafapaşa | 398  | 5   |
| Ortahisar   | 905   | 7   | Göreme      | 370  | 5   |
| Kozaklı     | 751   | 6   | Kaymaklı    | 260  | 3   |
| Uçhisar     | 594   | 5   | Kozaklı     | 248  | 3   |
| Mustafapaşa | 510   | 4   | Ortahisar   | 205  | 3   |
| Kaymaklı    | 275   | 2   | Uçhisar     | 134  | 2   |
| Gülşehir    | 231   | 1   | Gülşehir    | 84   | 1   |
| Çavuşin     | 137   | 1   | Derinkuyu   | 64   | 0.5 |
| Hacıbektaş  | 110   | 0.5 | Hacıbektaş  | 48   | 0.5 |
| Derinkuyu   | 109   | 0.5 |             |      |     |
| Toplam      | 13340 | 100 | Toplam      | 7821 | 100 |

YS: Yatak Sayısı

TBY: Turizm Belgeli Yatak Sayısı

Turizm pazarlamasında hedef kitleler belirlenirken bu farklılıkların dikkate alınması arz ve talep uyumunun sağlanmasına önemli katkılar sağlayabilir. Ürgüp yatak sayısı olarak bölgede birinci konumdadır. Pansiyonculuk %83 gibi bir oran ile Göreme, Uçhisar ve Avanos'ta toplanmıştır. Pansiyonculukta lider Göreme'dir. Ayrıca; Göreme'de 3, Nevşehir'de 2, Ortahisar'da 2, Avanos'ta 1, Uçhisar'da 1 adet olmak üzere toplam 9 adet kamping bulunmaktadır.

**Tablo 23. Belediye Belgeli Otel, Pansiyon ve Motel Yataklarının Yerleşimlere Göre Dağılımı**

| Yerleşim      | BBY         | %          | Yerleşim      | PanY        | %          | Yerleşim      | MY         | %          |
|---------------|-------------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|------------|------------|
| Ürgüp         | 1211        |            | Göreme        | 1038        | 54         | Kozaklı       | 244        | 34         |
| Ortahisar     | 460         |            | Uçhisar       | 375         | 20         | Ortahisar     | 180        | 25         |
| Nevşehir      | 411         |            | Avanos        | 182         | 9          | Avanos        | 145        | 20         |
| Kozaklı       | 259         |            | Çavuşin       | 77          | 4          | Uçhisar       | 85         | 12         |
| Avanos        | 156         |            | Mustafapaşa   | 74          | 4          | Çavuşin       | 60         | 9          |
| Gülşehir      | 147         |            | Ürgüp         | 71          | 4          |               |            |            |
| Göreme        | 124         |            | Ortahisar     | 60          | 3          |               |            |            |
| Derinkuyu     | 45          |            | Hacıbektaş    | 22          | 1          |               |            |            |
| Hacıbektaş    | 40          |            | Kaymaklı      | 15          | 1          |               |            |            |
| Mustafapaşa   | 38          |            |               |             |            |               |            |            |
| <b>Toplam</b> | <b>2861</b> | <b>100</b> | <b>Toplam</b> | <b>1914</b> | <b>100</b> | <b>Toplam</b> | <b>714</b> | <b>100</b> |

BBY: Belediye Belgeli Yatak PanY: Pansiyon Yatak MY: Motel Yatak

Turizm yatırım belgeli tesisler ise Tablo 24' de sunulmaktadır.

**Tablo 24. Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri**

| Tesisin Adı ve Yeri        | Sınıfı   | Oda Sayısı | Yatak Sayısı |
|----------------------------|----------|------------|--------------|
| Camicedid Oteli - Nevşehir | 3 Yıldız | 102        | 204          |
| Venessa Oteli - Avanos     | 3 Yıldız | 96         | 198          |
| Seyyah Oteli - Avanos      | 3 Yıldız | 171        | 342          |
| Asım Can Oteli             | 2 Yıldız | 90         | 168          |
| Yemenici Oteli - Ürgüp     | 2 Yıldız | 48         | 104          |
| Osiana Oteli - Ürgüp       | 2 Yıldız | 39         | 75           |
| <b>Toplam</b>              |          | <b>546</b> | <b>1091</b>  |

Kaynak: Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü Kayıtları.

Turizm belgeli tesislerin sundukları sosyal imkanlar, Tablo 25, dikkate alındığında konferans eksikliği göze çarpmaktadır. Ayrıca minigolf ve squash, gibi imkanlar hiç bulunmazken kapalı yüzme havuzu sadece bir otelde bulunmaktadır.

Konaklama tesislerinin rekreatif imkanlar sunamaması bölgedeki konaklama süresinin uzatılamamasının önemli bir nedenini oluşturmaktadır. Bölgede tur yaratan çekicilikler bulunmaktadır. Bu nedenle otellerin sadece gecelemeğe yönelik olarak planlanmış olması ve rekreatif imkanlarının olmaması insanların tatil için daha fazla kalmalarını engellemektedir. Birkaç turistik işletme dışında binaların çevre düzenlemesi ve yeşil alanı bulunmamaktadır.

**Tablo 25.Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinin Sosyal İmkanları**

| Tesisin Adı      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Dedeman Otel     |   | • | • | • | • | • | • | • | • | •  |    |    |    |    | •  | •  |    | •  |    | •  | •  | •  | •  | •  | •  |
| Altınöz Otel     | • | • | • |   | • |   |   | • | • |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  | •  |    | •  | •  | •  |
| Peri Tower       |   | • | • |   | • | • |   | • | • | •  |    |    |    |    |    | •  |    | •  |    | •  | •  |    |    | •  | •  |
| Kapadokya Lodge  |   | • |   |   | • | • |   |   |   |    |    |    |    |    | •  | •  | •  |    | •  | •  | •  |    |    | •  | •  |
| Orsan Oteli      |   | • | • |   |   | • |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Kavas Oteli      |   | • |   | • |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |
| Otel Şekeryapan  | • |   |   |   | • |   |   | • |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    | •  | •  |    |
| Viva Oteli       |   | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    |    |    |    |
| Epok Oteli       |   | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    |    |    |    |
| Hotel Seven      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |
| Avrasya Oteli    |   | • | • |   | • | • |   | • | • |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Yıltok Oteli     |   | • |   |   | • | • |   | • | • | •  |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Büyük Avanos     | • | • | • | • | • |   |   |   |   |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  | •  | •  | •  | •  | •  |
| İrmak Oteli      |   | • |   |   | • |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | •  |    |    |    | •  |    |    | •  | •  |    |
| Otel Altınyazı   | • | • | • |   | • |   |   | • |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  |    |
| A.Yazı K.İrmak   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Palansaray Otel  | • | • |   |   |   | • |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    | •  | •  |    |
| Melagobia Otel   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Ataman Otel      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Çiner Otel       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Turist otel      |   | • |   |   | • | • |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    |    | •  | •  |
| Osmanlı Evi      | • | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Gülşehir Motel   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Cem Otel         |   | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Le Princes Hotel |   | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Yapıseller       |   | • |   |   |   |   |   |   |   | •  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Sezerler         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Altınsu Tesis    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Kaya Oteli       |   | • |   |   | • |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | •  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Büyük Almira     |   | • | • |   | • | • |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    | •  | •  | •  |
| Dinler Otel      |   | • | • |   | • | • |   | • | • | •  |    |    |    |    |    |    |    | •  |    | •  | •  | •  | •  | •  | •  |
| Otel Mustafa     |   | • | • |   | • |   |   | • | • | •  |    |    |    |    |    |    |    | •  |    | •  | •  | •  | •  | •  | •  |
| Otel Perissia    |   | • | • |   | • | • |   |   |   |    |    |    |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Otel Arkadaş     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Otel Taşkınlar   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Taşsaray Otel    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Otel Sarıç       | • | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    | •  | •  | •  |
| Janet Oteli      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Otel Alfina      | • | • | • |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Feza Oteli       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Turban Motel     |   | • |   | • | • |   |   | • | • | •  |    |    |    |    |    |    |    | •  |    | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Yeni Yükseller   | • | • |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  | •  | •  |
| Otel Burcu       |   | • |   |   | • |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | •  |    |    | •  | •  | •  |
| Gomeda Oteli     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Sinasos Oteli    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Toplam : 45      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |

Kaynak: Nevşehir Turizm İl Müdürlüğü, Konaklama İşletmelerinin Dosyalarından Derlenmiştir.

- |                       |                         |                   |                            |
|-----------------------|-------------------------|-------------------|----------------------------|
| 1. Köpek Kabul        | 6. Açık yüzme havuzu    | 11. Kaplıca       | 16. Masa tenisi            |
| 2. Lokanta            | 7. Kapalı yüzme havuzu  | 12. Squash        | 17. Atlı spor              |
| 3. Diskotek           | 8. Türk hamamı          | 13. Bowling       | 18. Bilardo                |
| 4. Konferans salonu   | 9. Sauna                | 14. Minigolf      | 19. Voleybol sahası        |
| 5. Toplantı salonu    | 10. Jimnastik salonu    | 15. Tenis         | 20. Doktor-hemşire servisi |
| 21. Çamaşçı temizleme | 22. Çocuk bakım servisi | 23. Berber-Kuaför | 24. Odalarda müzik yayını  |
| 25. Odalarda TV       |                         |                   |                            |

Tablo 26'da 1995, 1996, 1997 yılları itibari ile bölgede konaklayan kişi sayısı, ortalama kalış süresi, oda doluluk oranı ve bu verilere dayalı olarak mevcut yatak talebi sunulmaktadır. Yatak talebinin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır<sup>353</sup>.

Yatak talebi için formül:

Turist sayısı (belirli bir zaman için) X ortalama kalış süresi (geceleme olarak)

Geceleme sayısı (belirli bir zaman için) X konaklama doluluk faktörü

Örneğin yıllık yatak talebini hesaplamak için:

$$\frac{288.550 \text{ turist} \times 2}{365 \times 0.27} = \frac{577.100}{98.55} = 5.856 \text{ yatak}$$

Yatırım belgeli konaklama tesisleri bir kenara bırakılırsa, bölgede toplam yatak sayısı 13.340 olduğuna göre yatak arzının mevcut turizm talebine göre fazla olduğu söylenebilir.

**Tablo 26. Nevşehir'de Mevcut Talebe Göre Yatak İhtiyacı**

| Yıllar | Konaklayan Kişi Sayısı | Ortalama Kalış Süresi | Oda Doluluk Oranı | Yatak İhtiyacı |
|--------|------------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| 1995   | 288.550                | 2.00                  | 27                | 5.856          |
| 1996   | 343.828                | 2.15                  | 37                | 5.473          |
| 1997   | 469.680                | 2.15                  | 38                | 7.281          |

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 37. Maddesinin A fıkrasının 2 numaralı bendi hükmü uyarınca düzenlenen Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği gereğince yıldızlama ile yapılan konaklama işletmelerinin sınıflandırılması konaklama işletmelerinin hangi niteliklere sahip olduğu konusunda bir fikir vermektedir.

Ancak, bölgede yatak arzı fazlalığı nedeni ile yaşanan fiyat rekabeti konaklama işletmelerinin hizmet kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bölgede yaşanan fiyat rekabeti sonucu oluşan düşük gelirler nedeni ile personele yeterli ücret verilemediği ve nitelikli işgücü istihdam edilemediği belirtilmektedir.

<sup>353</sup> Konaklayan kişi sayısı, Ortalama kalış süresi ve oda doluluk oranları bölgenin turizm pazarlarının belirlenmesi bölümünden alınmıştır.

Fiyat rekabetinin olumsuz sonuçları ise fiyat rekabetini de olumsuz yönde etkileyen şu döngünün ortaya çıkmasına neden olmaktadır : Fiyat rekabeti - Konaklama işletmeleri gelirlerinin azalması - Başka hiç bir giderde kısıtlama yapamayan işletmelerin personel giderlerini kısmaya çalışması - Nitelikli işgücü istihdamı sorunu - Hizmet kalitesinin düşmesi - Hizmet kalitesinin düşüklüğünü bahane eden seyahat acentalarının fiyat kırdırma bakışı - Fiyat rekabeti.

Bu döngü içinde yıllardır rekabet etmeye ya da ayakta kalmaya çalışan işletmeler, gerçek kardan yoksun ve günü kurtardıklarına şükrederek umutlarını hep bir sonraki yıla bağlamışlardır. Amortismanlar sadece vergi avantajlarından faydalanılmak için ayrılmış ancak eskiyen araç-gereç yenilenmemiş, ayrılan amortismanlar da kar zannedilmiştir. Eskiyen binalar, halılar, koltuklar, yayları bozulan yataklar ile 1980'li yılların ortalarından sonra kurulan ve rekabet avantajı olarak görülen yeni konaklama tesisleri 2000 yılına kendilerini yenileyemeyecek maddi sıkıntılar ile girmektedirler. Bölgede sadece bir beş yıldızlı otelde ve bir dört yıldızlı otelde işçi sendikası bulunmaktadır.

Örnek olarak seçilen bazı işletmeler ve personel durumları Tablo 27'de sunulmaktadır. Görüldüğü gibi eğitim düzeyi ilk, orta ve lise düzeyinde yoğunlaşmaktadır. Doluluk oranlarının düşüklüğü dikkate alındığında bile yatak başına düşen personel sayısı azlığı dikkat çekmektedir.

**Tablo 27. Seçilmiş Bazı Otellerin Personel Sayıları ve Eğitim Durumları**

| Otel Adı      | Devamlı<br>Bay/Bn. |    | Sezonluk<br>Bay/ Bn. |   | İlk<br>Okul | Orta<br>Okul | Lise | Yüksek<br>Okul | Oda<br>Sayısı | Yatak<br>Sayısı |
|---------------|--------------------|----|----------------------|---|-------------|--------------|------|----------------|---------------|-----------------|
| Turban Ürgüp  | 60                 | 6  | 9                    | 1 | 25          | 25           | 24   | 2              | 235           | 473             |
| Dedeman       | 78                 | 14 | 8                    |   | 36          | 23           | 28   | 13             | 349           | 734             |
| Avanos Irmak  | 18                 | 2  | 6                    |   | 15          | 2            | 5    | 4              | 128           | 256             |
| Arkadaş       | 9                  |    |                      |   | 7           |              | 2    |                | 67            | 111             |
| Altınöz       | 26                 | 5  |                      |   | 12          | 10           | 8    | 1              | 120           | 248             |
| Seven Brother | 4                  |    |                      |   |             | 2            | 2    |                | 23            | 46              |
| Perissia      | 52                 | 11 |                      |   | 32          | 10           | 14   | 7              | 231           | 462             |
| Peri Tower    | 30                 | 3  | 23                   | 3 | 20          | 16           | 17   | 6              | 125           | 270             |

Kaynak: Nevşehir İlturizm Müdürlüğü, 1999. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisi Giriş ve Geceleme Formlarından derlenmiştir.

Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesini oluşturan gözle görülür imkanlar, otelin iç ve dış görünüşü, personelin görünüşü gibi otelin fiziki varlıkları ve ortam ile ilgili değişkenlerdir. Anında hizmet, güven telkin etme ve müşteriye tanıma, anlama doğrudan doğruya personelin performansına dayanmaktadır. Hizmet kalitesi tüketici beklentilerine uygunluk düzeyi olarak tanımlanabilir. Tüketici beklentilerini karşılayan

veya aşan hizmet sunumu kaliteli olarak nitelendirilirken, beklentilere uymayan hizmet sunumu düşük kaliteli olarak nitelendirilecektir. Konaklama işletmelerinde kaliteye etki eden en önemli faktör işgücü olmasına rağmen, hizmet ortamı ve hizmet sunumunda yararlanılan araç-gerecin de misafirlerin hizmet kalitesi algılamaları üzerinde etkili olacağı bir gerçektir. Eskimiş mobilyalar ve dağınık kötükler, müşteri kapasitesi ile uyumlu olmayan lobi ve yemek salonu hizmet kalitesini etkileyebilecek gözle görülür imkanlara örnek olarak verilebilir <sup>354</sup>.

Konaklama işletmelerinin sundukları hizmetin niteliğinin mevcut talebi tatmin edecek düzeyde olmadığı söylenebilir. Bölgede yapılan araştırmalarda bir çok yönetici bunun gerekçesini konaklama işletmelerinin çoğunluğunun profesyonel olmayan sahip-yöneticiler tarafından yönetilmesine bağlamaktadırlar. Yönetici çalıştıran otel sahiplerinin ise yöneticilere bir profesyonel gibi davranma özgürlüğünü tanımadığı çok tekrar edilen bir yakındır.

**2. Seyahat Acentaları:** Nevşehir bölgesinde toplam olarak 60 seyahat acentası bulunmaktadır. Seyahat acentaları gruplarına ve bulundukları yerleşimlere göre Tablo 28'de sunulmaktadır.

**Tablo 28. Nevşehir'deki Seyahat Acentalarının Grupları ve Yerleşimlere Dağılımı**

| Yerleşim    | A GRUBU | A GEÇİÇİ | B GRUBU | C GRUBU | TOPLAM |
|-------------|---------|----------|---------|---------|--------|
| Merkez İlçe | 2       | 6        |         | 1       | 9      |
| Avanos      | 1       | 2        | 1       |         | 4      |
| Göreme      | 4       | 17       | 1       |         | 22     |
| Ürgüp       | 9       | 16       |         |         | 25     |
| Toplam      | 16      | 41       | 2       | 1       | 60     |

Bölgede turizm hareketleri grup turlarından oluşmaktadır. Bölgede bulunan seyahat acentalarının yoğun olarak faaliyette bulundukları hizmet alanı ise bölge içinde günlük tur düzenlenmesidir. Bölgeye yönelik turistik talebin zaten organize turlar ile gelen turistlerden oluşması ve münferit olarak gelenlerin azlığına rağmen 60 adet seyahat acentasının hizmet vermeye çalışması iş alanını daraltmakta ve acentalar arasında bir rekabet oluşmaktadır.

Seyahat acentaları düşük ücret vermek için kokartlı rehber çalıştırmamakta, rehber olarak vasat derecede dil bilen kişileri görevlendirmektedirler <sup>355</sup>. Turlar

<sup>354</sup> Osman UNUTULMAZ ve İnci VARİNLİ, "Kapadokya Bölgesi'ndeki Otel İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Yönünden Değerlendirilmesi", **Kapadokya'nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları**, Hafta Sonu Semineri II, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1995, s. 160-164.

<sup>355</sup> Nevşehir, Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği.

malîyetine düzenlenmekte ve hediyelik eşya satışı ile komisyon kazanılmaya çalışılmaktadır. TÜRSAB ve Turizm İl Müdürlüğü denetim yapmamaktadır. Seyahat Acentası açmak için yerine getirilmesi gereken şartlar başkalarının belgeleri gösterilerek yerine getirilmekte ancak uygulamada önüne gelen acenta açmakta ve bölgede bir acenta enflasyonu yaşanmaktadır<sup>356</sup>. 1996 yılında 39 adet olan seyahat acentası sayısı %48'lik bir artış ile 1999 yılında 60'a ulaşmıştır. Birleşerek güçlenmeleri gereken seyahat acentaları bölünerek daha güçsüz hale gelmekte.

Rehber ve acenta yüzünden, turistin kötü geçen bir gününün ise telafisi yoktur. Kaliteli hizmet veremediklerini, nitelikli eleman bulamadıklarını kendileri söyleyen seyahat acentalarına danışmanlık edecek, yol gösterecek, eğitim ve öğretim ile onların niteliklerini yükseltecek bir örgüt de bulunmamaktadır.

**3. Yeme - İçme Tesisleri:** Nevşehir'de bulunan yeme içme tesisleri, otellerin bünyesinde bulunanlar hariç Tablo 29'da sunulmaktadır. Bunların içinde turizm belgesine sahip olan restoranlar ise Tablo 30'da sunulmaktadır. Ürgüp ve Avanos bölgenin yeme-içme ve eğlence merkezleri olarak bilinmektedir. Ürgüp, Avanos, Ortahisar ve Uçhisar'ın dışındaki yerleşmelerde bulunan yeme-içme tesisleri çoğunlukla yerel halka hizmet veren işletmelerdir.

Yeme-içme tesislerinin turistik açıdan en meşhurları kaya oyma restaurantlarıdır. Bölgede on adet kaya oyma restaurant bulunmaktadır. Kaya oyma restaurantlara gitmek turizmcilerin dilinde "Kuzuya gitmek" olarak bilinmektedir. Kaya oyma restaurantlarda değişik animasyon hizmetleri sunulmaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerinde mutfaklara ayrılan alanlar ise çok dar olup, temizlik, hijyen ve sanitasyon düzeyi çok düşüktür. Çok iyi yönetilen bazı restaurantların dışında yeme-içme işletmelerde sunulan hizmetin düzeyinin vasatın altında olduğu söylenilebilir. Çoğu yeme-içme işletmelerinde çalışan personeli, özel kıyafetleri olmadığı için başkalarından ayırmak bile güçtür.

Avanos ve Ürgüp'te 16 disko ve bar bulunmaktadır. yoğunlaşmış durumdadır. Bunların dışında otellerin bünyesinde de 8 disko bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin dışındaki bar, disko ve şarap evlerinin kapasiteleri çok büyük olmamakla beraber samimi bir atmosfer yaratılmakta, bazılarında canlı müzik bulunmaktadır. Bölgede ayrıca 7 gazino bulunmaktadır. Bu gazinolarda canlı müzik, bir veya iki ses sanatçısı ve iki veya üç oryantal program yapmaktadır. Müşterilerinin çoğu yerli olan bu gazinolara meraklı turistler de gelmektedir.

---

<sup>356</sup> Nevşehir, Yama Tur, TURSAB Temsilcisi, Göreme.

**Tablo 29. Yerleşimlere Göre Yeme-İçme Tesislerinin Dağılımı**

| YERLEŞİM    | Belediye Belgeli Restoranlar | Disco-Bar | Şarap Evleri ve Fabrikaları |
|-------------|------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Avanos      | 16                           | 7         |                             |
| Ürgüp       | 15                           | 9         | 3                           |
| Merkez İlçe | 11                           |           | 1                           |
| Uçhisar     | 11                           |           | 1                           |
| Göreme      | 11                           |           |                             |
| Derinkuyu   | 8                            |           |                             |
| Ortahisar   | 6                            |           |                             |
| Hacıbektaş  | 5                            |           |                             |
| Gülşehir    | 2                            |           |                             |
| Mustafapaşa |                              |           | 1                           |
| Kaymaklı    | 2                            |           |                             |
| Toplam      | 87                           | 16        | 6                           |

Kaynak: Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü, 1999. Broşürlerden yararlanılarak düzenlenmiştir.

**Tablo 30. Turizm Belgeli Restaurantlar**

| Tesisin Adı ve Yeri  | Kapasite |
|----------------------|----------|
| Tuvanna Restaurant   | 85 Kişi  |
| Altınocak Restaurant | 100 Kişi |
| Special Restaurant   | 100 Kişi |
| Karakuş Restaurant   | 650 Kişi |

Kaynak: Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü, 1999. Broşürlerden yararlanılarak düzenlenmiştir.

**4. Turist Bilgilendirme:** Turist bilgilendirme hizmetleri Nevşehir ilinde turizm danışma büroları ve rehberler tarafından sağlanmaktadır. Turizm danışma bürolarının yerleri, çalışan kişi sayısı, çalışanları eğitim durumları ve yabancı dilleri Tablo 31’de sunulmaktadır.

Danışma bürolarının konumları uygun değildir. Danışma bürolarının terminallerde olması gerekirken terminalde bulunan danışma bürosu yoktur. Turistlerin bilgi edinmek için önce danışma bürolarını bulmaları gerekmektedir. Avanos'taki danışma bürosunun binası kötü durumdadır. Hacıbektaş'ta ise danışma bürosu ikinci kattadır. Turizm Bakanlığı'nın bastırıp gönderdiği materyaller kullanılmakla birlikte, bunlar da çok yetersizdir. Turistlere verilecek harita bulunmamaktadır. Yöredeki seyahat acentaları ise hiç bir ölçek olmadan uydurma haritalar çizdikleri için bu haritalara güvenerek bölge içinde gezmek mümkün görülmemektedir.

**5. Rehberlik Hizmetleri:** Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği'nden edinilen bilgilere göre Nevşehir'de rehberlik hizmetleri ile ilgili sorunlar şu şekilde özetlenebilir: Rehberleri denetleme yetkisi İl Turizm Müdürlüğü'ne ait ancak ekip kurulup denetleme yapılamamaktadır. Dürüst ve vefakar bir şekilde çalışan turist rehberleri bulunmasına rağmen denetimsizlik sonucu lise mezunu bile olmayan eğitimsiz, kokartsız çok sayıda rehberle rastlanmaktadır. Resepsiyon memurları, bar garsonları tanıştıkları turistlere rehberlik etmekte, seyahat acentalarının çoğu daha ucuz olduğu için kokartsız rehber çalıştırabilmektedir. Nevşehir Turizm İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen kurslar ile 1987 yılında 25 kişiye, 1989 yılında 69 kişiye, 1991 yılında 88 kişiye, 1995 yılında ise 188 kişiye rehberlik belgesi verilmiştir. Ancak bu kurslarda verilen eğitimin yeterli olduğu iddia edilemez. Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü'ne bağlı olan ve bölgede yerleşik bulunan rehber sayısı 100 civarındadır.

**Tablo 31. Turist Danışma Büroları**

| Yerleşim   | Çalışan Kişi Sayısı - Cinsiyet - Görevi                          | Eğitim Durumları                                       | Yabancı Dil                    |
|------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Merkez     | 1 Kişi - 1 Bay Müdür                                             | Yüksek Okul                                            | İngilizce-Almanca-Arapça       |
| Ürgüp      | 4 Kişi - 4 Bay Müdür<br>Enformasyon Memuru<br>Şef<br>Hizmetli    | Yüksek Okul<br>Yüksek Okul<br>Lise<br>-                | Fransızca<br>Almanca<br>-<br>- |
| Avanos     | 1 Kişi - Bay Şef                                                 | Yüksek Okul                                            | -                              |
| Hacıbektaş | 4 Kişi - 2 Bay ve 2 Bayan<br>Müdür<br>Memur<br>Memur<br>Hizmetli | Yüksek Okul<br>Yüksek Okul<br>Yüksek Okul<br>Orta Okul | İngilizce<br>-<br>-<br>-       |

Kaynak: Ahmet TAŞ, Turizm İl Müdürlüğü, Merkez Turizm Danışma Müdürü, Nevşehir, 1999.

Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, sektördeki bu sıkıntılara bir çözüm olarak 1997-1998 döneminde turit rehberliği bölümünü açmıştır ve şu an 68 öğrencisi bulunmaktadır.

**6. Alış-Veriş Hizmetleri:** Hediyelik eşya mağazaları hakkında; konumları, binaları, personel sayıları ve nitelikleri açısından bir değerlendirme yapmak planlama sürecinin önemli bir parçasıdır. Tablo 32'de hediyelik eşya mağazaları satışını yaptıkları ürünlere ve yerleşim yerlerine göre sunulmaktadır.

**Tablo 32. Hediyeelik Eşya Mağazalarının Yerleşimlere Dağılımı**

| Yerleşim    | Halı | Oniks ve Takı | Çanak - Çömlek |
|-------------|------|---------------|----------------|
| Avanos      | 14   |               | 47             |
| Ürgüp       | 24   | 11            |                |
| Göreme      | 6    |               |                |
| Nevşehir    | 2    |               |                |
| Uçhisar     | 6    | 4             |                |
| Ortahisar   | 1    | 2             |                |
| Derinkuyu   | 1    |               |                |
| Mustafapaşa | 1    |               |                |
| Çavuşin     |      | 1             |                |
| Toplam      | 55   | 18            | 47             |

Kaynak: Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü Kayıtları.

Hediyeelik eşya mağazalarının aralarında ölçek bakımından çok büyük farklar bulunmaktadır. Bir iki kişinin işlettiği halı mağazaları ve çanak-çömlek atölyelerinden 250 kişinin çalıştığı halı mağazalarına kadar değişik ölçeklerde hediyeelik eşya mağazaları bulunmaktadır. Avanos Sentez Halı Mağazası gibi büyük ölçekli bir halı mağazasına bir yıl içinde ortalama 30.000 kişi girmektedir. Bunların yüzde kaçının alış-veriş yaptığı ise öğrenilememiştir. Müşterilerin %99'u grup turlardan acenta bağlantısı ile sağlanmaktadır. Mali gücü zayıf acentalara bir yıl önceden yıl sonlarında 500 bin ile bir milyon dolar arasında avans olarak ödeme yapılmaktadır. Satışların 1000 dolar üzerinden 350-400 doları, yaklaşık %35-40 gibi bir oranı komisyon olarak acenta, grup başkanı, rehber ve şoföre ödenmektedir.

Nevşehir'deki turizm hareketleri Doğa, Kültür ve Din Turizmi olarak adlandırılabilir. Ancak, zaman içinde bölgede yatak sayısının talebin üzerinde artması nedeniyle bölgeye yönelik talebin artırılması arayışları içinde seyahat acentalarına ve rehberlere verilmeye başlanan %5-10 gibi komisyonlar, bugün hediyeelik eşya mağazaları, yeme-içme ve eğlence merkezlerinde %50'leri aşmıştır. Karını komisyonlarda gören tur operatörleri ve seyahat acentaları bölgeye gelen turist sayısını artırmak için tur fiyatlarını düşürmüşlerdir. Böylece, Kapadokya bir alışveriş merkezi haline gelmiştir.

Büyük seyahat acentaları gelecek yılın komisyonlarını bir önceki yılın sonlarında toplu olarak almakta ve alış-veriş mağazalarına turist getirmeyi kabullenmektedir. Alış-veriş mağazalarına gelen turistlerin yaptıkları alış-verişlerden edinilen komisyon hakları avans olarak alınan miktardan düşülmektedir. Bu sayede tur operatörleri ve seyahat acentaları tur organizasyonlarını finanse edecek kaynağa sahip olabilmektedir.

Büyük tur operatörleri ve seyahat acentaları ile anlaşmalı çalışan büyük ölçekli hediyelik eşya mağazaları dışındaki küçük mağazalarda, rehberlerin ve bölgedeki küçük seyahat acentalarının getirdikleri turistlere satış yapılmakta ya da yoldan geçen insanlar mağazaya davet edilmektedir. Yerli turistlere ve yabancılara uygulanan fiyatlar 4-5 misline varan oranlarda farklı olmaktadır. Müşterilere uygulanan fiyatlar milliyete ve yaşa göre değişmektedir. Fiyat, satış elemanının becerisine(!) göre değişmektedir. Bir mağazadan satın alınan bir hediyelik eşyanın fiyatı başka bir mağazada büyük oranda değişebilmektedir.

Hediyelik eşya mağazaları halı, oniks ve çanak-çömlek konularında ihtisaslaşmışlardır. Grup turizmi ağırlıklı turlar ile oluşan turizm hareketi nedeni ile seyahat acentaları otellerde hediyelik eşya satılmasını kabul etmemektedir. Turistlerin kendi başlarına şehir içinde dolaşmamaları için turistlere yanlış bilgiler de verilmektedir. Ne yazık ki bu yanlış bilgiler şehrin can ve sağlık güveliği konusunda olumsuz bilgilere kadar uzanmaktadır.

Fazla alış-veriş yapmayan gruplar ile gerçekleştirilen turlar, başarısız olarak değerlendirilmektedir. Yeterince komisyon kazanamadığını düşünen rehberler tur masraflarını kısmak için asıl gezilmesi gerekli yerlere (örn; Göreme Milli Parkı) giriş bilet ücreti ödememek için farklı yerleri farklı isimler ile gezdirmektedirler.

Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı'nın 1998 yılı içinde yurtdışı kuruluşlarında yapmış olduğu incelemeler neticesinde; bölgeyi ziyareti sırasında halı ve ziynet eşyası alan yabancılardan çok sayıda ciddi şikayetler geldiği tespit edilmiştir. Bölgede faaliyet gösteren esnafın konu edildiği şikayetlerde, satın alınan malın özellikleri konusunda yalan söylemek suretiyle müşteriye kandırma, malın teslimatını yapmama veya geç yapma, kredi kartı ile yapılan ödemelerde yanlış kur farkı uygulayarak müşteriye fahiş fiyattan mal satma, satın alınan malın yerine başka bir mal gönderme gibi çok ciddi iddiaların yer aldığı, bu tür sorunların çözümünün ortalama 2-3 yıl gibi uzun zaman aldığı belirlenmiştir<sup>357</sup>.

### 3.1.2.3. BÖLGEDEKİ TURİSTİK ÇEKİCİLİKLER

Nevşehir, jeomorfolojik özellikleri ve tarihi geçmişinin doğa ile bütünleşmesinden dolayı önemli bir turistik çekim bölgesidir. Nevşehir'i turizm açısından eşsiz bir konuma getiren özellik; vadiler ve peribacaları gibi doğal güzellikler ile eski konut

<sup>357</sup> Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası, "Meslek Ahlakına Önem Verin, Nevşehir Ticaret, Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası Aylık Yayını, Yıl:9, Sayı:91, 1999, s. 8.

dokuları, dini geçmişin eserleri olan kiliseleri, diğer tarihi eserleri ve etnografik özellikleri bir arada bulundurmasıdır.

Bugün inanılması güç bir ekolojik dengenin kalıntıları tipik Anadolu kırsal yaşamı ile bütünleşmekte ve dünya ölçeğinde önemli bir ilgi alanı oluşturmaktadır. Bu nedenle, birbiri ile bütünleşmiş doğa ve kültürü birbirinden ayırmak çok güç olmakla birlikte, Nevşehir'e ziyaretçi çeken değerler doğal ve kültürel çekicilikler olarak iki gruba ayrılabilir.

#### ◆ Doğal Çekicilikler

Doğal çekicilikler; dünyada eşi ve benzeri olmayan peri bacaları ve vadilerin oluşturduğu doğal güzelliklerdir. Volkanik kaynaklı jeolojik bir yapıya sahip olan Nevşehir, rüzgar ve yağmur erozyonunun meydana getirdiği ve peribacası olarak tanımlanan ilginç doğal oluşumların ve vadilerin yer aldığı bir bölgedir. Yağmur sularının tüf araziye aşındırması sonunda oluşan yarıklar arasında yükselen ve rüzgar erozyonuyla şekillenen peri bacaları tamamen bu bölgeye has bir peyzaj görüntüsü meydana getirmektedir.

Halk arasında kale olarak adlandırılan ve yerden 50 m. kadar yükselen Ortahisar ve Uçhisar aslında aşınım sonucu ortaya çıkan ignimritler (peribacaları) dir. Uçhisar Kalesi'nin zirvesi aynı zamanda bölgenin panoramik seyir noktasıdır.

Nevşehir bölgesinde insanı şaşkınlık içinde bırakan sadece biçimsel çeşitlilik değildir. Renk çeşitliliği de biçim çeşitliliğinden geri kalmamaktadır. Beyaz, sarı, pembe, gri, siyah gibi açık-koyu renkler bölgede çok etkileyici bir renk yelpazesi oluştururlar.

#### \* İklim:

Yörede yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk, ilk ve sonbahar yağışlı geçen karasal bir iklim görülür. 1960-1997 yılları arasında yapılan 38 yıllık ölçümlerden elde edilen bilgilere göre ortalama sıcaklık değeri 10.6 derece, ortalama yıllık yağış 429.4 kg/m<sup>3</sup>'tür. Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim ayları genellikle yağışsız ve kurak, diğer aylar yağışlı geçmektedir. İlde sıcaklığın sıfırın altına düşmesinin en erken başlangıcı 24 Eylül, en geç don mevsimi başlangıcı 1 Aralık ve ortalama olarak ise 26 Ekim olarak tespit edilmiştir. Don mevsiminin en erken bitiş tarihi 28 mart, en geç bitiş tarihi 15 Mayıs, ortalama olarak ise 14 Nisan tarihidir. Kış ve bahar aylarında yöre nemli olmasına rağmen yaz aylarında düşmektedir. Ortalama nem oranı

%66.6'dır. Genellikle kış ve bahar aylarında güneyli ve batılı rüzgarlar, yaz aylarında ise doğulu rüzgarlar hakimdir <sup>358</sup>.

\* *Bitki Örtüsü;*

İlkbaharda yeşeren, yaz mevsiminde sararıp yok olan step-bitki şekli tüm bölgede yayılış gösterir. Bölgede, akarsu vadileri ve baraj göletleri çevresinde yetişen ağaç toplulukları dışında doğal orman örtüsü yoktur. Hakim bitki örtüsü bozkır bitkileridir <sup>359</sup>.

\* *Hayvan Türleri:*

Nevşehir ili çevresinde sulak alanlarda yaşayan birbirinden değişik hayvanların yanısıra çorak ve kurak alanlarda yaşayan ve kendilerini ortamda çok iyi kamufle ederek varlıklarını pek fazla göstermeyen ilginç hayvanlar bulunmaktadır. Bir gece hayvanı olarak tanınan ve aslında çöllerde yaşayan Arap Tavşanı bu bölgeye hastır. Nevşehir boz yılanı, kaplumbağa, kartal, puhu, baykuş gibi hayvanlar bol miktarda bulunmaktadır. Gökçetoprak baraj alanında balıkçıl, turna gibi değişik göçmen kuş türleri periyodik bir yaşam sürdürerek büyük bir zenginlik oluşturmaktadır. Kızılırmak ve bölgenin baraj ve gölet gibi sulak alanlarında yayın, levrek, çapak gibi balıklar büyük bir popülasyon oluşturup balık avcılığına uygun bir ortam sağlamaktadır. Nevşehir böcek ve kelebek açısından Anadolu'nun en zengin köşelerinden biridir. Kırsal kesimde yapılan araştırmalarda yüze yakın kelebek türünün yaşadığı tespit edilmiştir. Dünyada yalnız Nevşehir'de yaşayan Zygaena Kapadokia türü kelebek, batının kelebek koleksiyoncuları arasında aranılır türlerden biri olarak tanınmaktadır <sup>360</sup>.

\* *Dağlar:*

Nevşehir il alanında rastlanan yeryüzü şekillerinden en az ağırlıklı olanı dağlardır. İl alanının %18.5'ini kaplayan dağlar, genellikle Kızılırmak vadisinin güneyinde ve kuzeyinde toplanmıştır. İldeki başlıca dağlar Tablo 33'de gösterilmektedir <sup>361</sup>.

\* *Akarsular ve Göletler:*

İlin belli başlı akarsuyu Kızılırmak'tır. İldeki diğer dereler ve çaylar ile bunlar ile beslenen göletler ve barajlar Tablo 34'de sunulmaktadır. Tabloda yer almayan Kadirah ve Üzengi dereleri ise yerel halk için önemli mesire yerleridir <sup>362</sup>.

<sup>358</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

<sup>359</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

<sup>360</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348..

<sup>361</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

<sup>362</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

\* **Vadiler:**

İlin en önemli vadisi Kızılırmak Vadisi'dir. Türkiye'nin en uzun ve önemli vadilerinden biridir. Nevşehir'deki bölümü pek geniş değildir. Avanos ve Gülşehir ilçelerinde yer yer genişleyen vadiye dar ovalar oluşmuştur. Göreme, Karacaören ve Damsa vadileri bu vadiye dikey iner. İlin sahip olduğu önemli bir diğer vadi ise Derinkuyu Vadisi'dir. İl merkezine 14 km. uzaklıktaki Göreme Vadisi Kızılırmak'a güneyden açılan bir vadidir. Yamaçlarında çok sayıda peribacaları ve içlerine oyulmuş mağara ve kilise bulunan vadi boyunca asfalt bir yol uzanır <sup>363</sup>.

**Tablo 33. Nevşehir İlinde Yer Alan Dağlar**

| Adı                  | Yeri                          | Yükseklik (metre) | Diğer Özellikleri                                                                                        |
|----------------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Erdağ Dağı           | İlin güneybatısında           | 1982              | İklim çok sert geçer. Çıplak bir görünüm.                                                                |
| Hodul Dağı           | İlin doğusunda                | 1942              | Erciyes dağından püsküren lavların ve tüflerin birikmesiyle oluşmuştur. Volkanik.                        |
| Kızıldağ             | İlin kuzeyinde                | 1768              | Bozkır bitkileri dışında doğal örtüden yoksundur.                                                        |
| Hırka Dağı           | İlin kuzeyinde                | 1683              | Zirvesi çıplak ve kayalıktır. Kuzey yamaçlarında meşe ağaçlarının oluşturduğu orman toplulukları vardır. |
| Oylu Dağı            | İlin doğusunda                | 1642              | Bozkır bitkileri meşe, ardıç, ahlat ve alıç gibi ağaçlara rastlanır.                                     |
| Aşıklı Dağ           | İlin güneydoğusunda           | 1695              | Volkanik bir birikimdir. Meşe ve ardıç ağaçlarına rastlanır. Eteklerinde bağcılık denenmektedir.         |
| Kermil Dağı          | İlin doğusunda                | 1486              | Tüf tabakası açığa çıkmaya başlamıştır.                                                                  |
| Uçhisar/ Akdere Dağı | Kermil dağının güneybatısında | 1543              | Bitki örtüsünden tamamen yoksun.                                                                         |
| Topuz Dağı           | Ürgüp'ün doğusunda            | 1600              | Yer yer meşe toplulukları, ahlat, alıç ve ardıç ağaçlarına rastlanır.                                    |
| Ziyaret/İdiş Dağı    | Avanos'un kuzeyinde           | 1581              | Kuzey yamaçlarında meşe toplulukları vardır. Ağaçlandırma yapılmaktadır.                                 |

Kaynak. Nevşehir İl Yıllığı 99, Yayına Hazırlanmaktadır. İlin doğal yapısı bölümünden derlenmiştir.

\* **İçmeler ve Kaplıcalar:**

Nevşehir'de çok sayıda içme ve kaplıca vardır <sup>364</sup>. Nevşehir'deki içmeler ve kaplıcalar gelişen turizme paralel olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Anca yeterli düzeyde değildir. Mevcut kaplıcalar ve içmeler Tablo 35'de sunulmaktadır.

<sup>363</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

<sup>364</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

**Tablo 34. Nevşehir İlinin Mevcut Gölet ve Barajları**

| İlçe Adı   | Gölet Barajı     | Su Kaynağı       | En Fazla Su Toplama (m3) |
|------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Acıgöl     | Tatların Barajı  | Darıöz-Acıöz     | 2.210.000                |
| Ürgüp      | Damsa Barajı     | Damsa Çayı       | 7.120.000                |
| Gülşehir   | Bölükören Göleti | Bölükören Özü    | 1.338.320                |
| Gülşehir   | Yalıtaş Göleti   | Gökçetoprak Çayı | 10.000.000               |
| Gülşehir   | Tuzköy Göleti    | Derinöz Deresi   | 2.152.000                |
| Hacıbektaş | Kumtepe Göleti   | Kızılöz Çayı     | 1.389.000                |
| Hacıbektaş | Karaburna Göleti | Akçataş Deresi   | 1.490.000                |
| Avanos     | Ayhanlar Göleti  | Kızılöz Çayı     | 39.500.000               |
| Kozaklı    | Doyduk Barajı    | Kalecik Deresi   | İnşaat Halinde           |

Kaynak:Nevşehir İl Yıllığı 99, Yayına Hazırlanmaktadır. İlin doğal yapısı bölümünden derlenmiştir.

**Tablo 35. Nevşehir İli'ndeki Kaplıcalar ve İçmeler**

| Kaplıca / İçme Adı     | Yeri                                 | Özellikleri                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kozaklı Kaplıcaları    | Kozaklı İlçesi                       | Debisi 30/lt saniye ve sıcaklığı 105°C dir.Klore-bikarbonat, sülfat alkalik ve toprak alkalik karışık sulardır. Ağrılı rahatsızlıklarda, romatizmalarda ve iç salgı bezlerinin rahatsızlıklarında kullanılmaktadır. Termal turizm potansiyeli büyüktür. |
| Gümüşkent Kaplıcası    | Gülşehir'in Gümüşkent Beldesi'ndedir | Hem kaplıca, hem içme özelliği taşır. Düzenli bir yolu bulunmamaktadır. Yöre halkı tarafından banyo olarak kullanılmaktadır. Toprak alkali bikarbonatlı ve bol karbondioksitli bir maden suyudur.                                                       |
| Üzengiçay İçmesi       | Ürgüp'ün 3 km. güneyindedir.         | Debisi 0.55 lt/sn.dir.hafif kükürtlü ve kokuludur. Karaciğer ve safra kesesi rahatsızlıklarında yararlı olmaktadır. Etrafı ağaçlık olan bu yer yöre halkı tarafından mesire yeri olarak kullanılmaktadır.                                               |
| Çorak İçmesi           | Nevşehir Merkez ilçededir.           | Alkali, tuzlu ve bikarbonatlı çorak madensuyudur. Sindirimi kolaylaştırıcı etki yapar.                                                                                                                                                                  |
| Karakaya İçmesi        | Nevşehir-Avanos Yolu Üzerinde        | Alt-yapı tesisi yoktur. Sodyum bikarbonatlı ve alkali sularındır. Mide ve barsak hastalıklarına yararlı olmaktadır.                                                                                                                                     |
| Ürgüp İçme Kaplıcaları | Ürgüp'ün 5 km. doğusundadır.         | Suyun sıcaklığı 140°Cdir. Tuzlu, kokusuz, gazsız sular grubundandır. Deri hastalıklarına yararlıdır.                                                                                                                                                    |
| Bahçeli İçmesi         | Ürgüp, Bahçeli köyündedir.           | Suyun sıcaklığı 18°C dir. Fazla gazlı, kokusuz, bikarbonatlı safra suları ihtiva eder. Hazını kolaylaştırır ve böbrekleri temizler.                                                                                                                     |

Kaynak: Nevşehir İl Yıllığı 1999, yayına Hazırlanmakta, Yararlanılarak düzenlenmiştir.

#### ◆ Kültürel Çekicilikler<sup>365</sup>

Bölgedeki en önemli kültürel çekicilikler; Hz. İsa'yı, Meryem'i, Azizleri ve İncil'de geçen olayları simgeleyen tasvirleri konu edinen freskli kaya kiliseleri, yapımlarının İsa'dan önceki yıllara ait oldukları tahmin edilen daha sonra genişletilerek hem gizli

<sup>365</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

ibadet yerleri hem de sığınak olarak kullanılan yeraltı şehirleri, Selçuklu ve Osmanlı mimari eserleri, bölge mimarisi, el sanatları ve festivallerdir.

Günümüzde Kapadokya bölgesi ününün büyük bölümünü Bizans döneminde kayalara oyularak yapılan kilise ve şapellere borçludur. Bölgenin yapısı, dünyada eşine az rastlanır bir kaya mimarisinin gelişmesine yol açmıştır. Orta Bizans Dönemi duvar resimlerinin en yoğun olarak bulunduğu ve günümüze kadar ulaşabildiği bu bölgedeki dinsel yapılar kullanım amaçları bakımından keşiş hücreleri, kiliseler, şapeller ve manastırlar olarak gruplandırılabilir.

Bölgede yalnızca manastır, kilise ya da şapel gibi dinsel yapılar değil, konutlar, hatta bütünüyle tüf kayalara oyularak yapılmış yerleşim merkezleri de bulunmaktadır. Kayalara oyulmuş "köy"lerin en önemli örnekleri Ortahisar ve Uçhisar'da görülebilir. Daha küçük ölçekli benzer yerleşimlere Ürgüp, Zelve ve Çavuşin'de de rastlanmaktadır.

Kapadokya evleri de bölgenin sahip olduğu önemli kültürel çekiciliklerdendir. Özgün bir biçim ve taş yapım geleneğinin, yüzyıllarca süren bir deneyim ve yaşama kültürünün ürünü olan Kapadokya evlerinin ilginç örneklerine Ürgüp, Avanos, Ortahisar, Uçhisar, Mustafapaşa ve Avcılar yerleşmelerinde rastlanır.

Bölgenin en ilginç kültürel zenginliklerinden biri de yeraltı şehirleridir. Yeraltı şehirleri; bütünüyle yer altında inşa edilmiş, birbirine labirent gibi bağlanmış çok sayıda mekandan oluşan çok katlı yerleşimlerdir. Kaya yerleşimlerinin çoğunluğu yumuşak tüfün aşağıya doğru derinlemesine oyulmasıyla yapılmışlardır. Bölgede 200 civarında yeraltı yerleşimi bulunmasına rağmen yeraltı yerleşimlerinin en önemlileri Kaymaklı, Derinkuyu, Özkonak, Mazı ve Tatların'dir.

Kaymaklı yeraltı şehri; Nevşehir-Niğde karayolu üzerinde, Nevşehir merkezine 19 km. uzaklıktadır. Kaymaklı Kalesi de denilen yerin altında bulunan yeraltı şehri 1964 yılında ziyarete açılmıştır ve dört kattan oluşmaktadır. Yeraltı şehri henüz tam olarak temizlenmemesine ve sadece dört katı açık olmasına rağmen bölgenin en büyük yeraltı yerleşimlerinden biri olduğu kesindir.

Derinkuyu yeraltı şehri; Nevşehir-Niğde karayolu üzerinde Nevşehir'e 29 km. uzaklıktadır. Antik adı Melogobia olan Derinkuyu'daki yeraltı yerleşiminin derinliği hemen giriş yanında bulunan havalandırma bacasına göre 40 m. dir. Ancak yedinci kattaki su kuyusu dikkate alındığında derinlik 85 metreye kadar ulaşmaktadır. Ne kadar alana yayıldığı tam olarak bilinmeyen (4 km. olarak tahmin edilmektedir) yerleşimin halen 8 katı temizlenebilmiştir.

Mazı yeraltı şehri; Ürgüp'ün 18 km. güneyinde, Kaymaklı yeraltı şehrinin ise 10 km. doğusunda, antik adı "Mataza" olan Mazı köyündedir. Değişik yerlerde dört girişi tesbit edilmiştir.

Özkonak yeraltı şehri, Avanos'un 14 km. kuzeyindeki Özkonak kasabasının merkezindedir. 1972 yılında keşfedilen yeraltı şehrinin geniş bir alana yayılmış olduğu tahmin edilmektedir. Tamamen temizlenmemiş olmasına rağmen hala irili ufaklı 14 mekanı bulunmaktadır.

Tatların yeraltı şehri; Acıgöl ilçesinin 10 km. kuzeyinde, Tatların kasabasının "Kale" olarak adlandırılan tepesinde yer alır. Yeraltı şehri ilk olarak 1975 yılında tespit edilmiş ve 1991 yılında ziyarete açılmıştır. Yeraltı şehri oldukça geniş alanlara yayılmış olmasına rağmen ancak küçük bir kısmı temizlenebilmiştir.

Selçuklu ve Osmanlı Dönemi eserleri bölgenin diğer kültürel çekiciliklerini oluşturur. Nevşehir, ünlü Osmanlı Sadrazamı Damat İbrahim Paşa'nın doğduğu bu kente özel önem vermesiyle yepyeni bir gelişme olanağı bulmuştur. 1718-1726 yılları arasında tamamlanan Damat İbrahim Paşa Külliyesi kentin gelişmesini sağlamıştır. Bulunduğu yerin koşulları dikkate alınarak oluşturulan külliye; cami, medrese, kütüphane, hamam, imaret ve sıbyan mektebi gibi birimleri içerir.

Gülşehir'de 1779 yılında yaptırılan Karavezir Külliyesi; cami, medrese ve çarşıdan oluşur. Ürgüp'ün güneyinde Damsa/Taşkınpaşa köyünde, Karamanoğulları döneminin önemli bir yapılar topluluğu yer alır. Beylikler döneminin bu yapılar topluluğu cami, iki türbe ve medrese ya da saray olarak nitelenebilecek yapılardan oluşur.

Avanos'tan beş kilometre uzaklıkta, Avanos - Ürgüp karayolu üzerinde yer alan Sarı Han, 1249 yılında Sultan II. İzzettin Keykavus döneminde yapılan ve günümüze ulaşan önemli bir Selçuklu dönemi eseridir. Avanos'un 14 km. kuzeyindeki Özkonak kasabasının merkezinde Osmanlı Padişahı Yavuz Sultan Selim zamanında yapılmış bir köprü bulunmaktadır.

Selçuklu döneminden başlayarak gelişmenin tüm evrelerini ve sonuçlarını sergileyen önemli bir yerleşme merkezi de Hacıbektaş'tır. XIII. yüzyılda Hacı Bektaş Veli'nin varlığı ile gelişen, sürekli eklerle zenginleşen Hacı Bektaş Külliyesi dinsel bir merkezin uzun sürede oluşmasının ilginç bir örneğini yansıtır. Nevşehir'in bilinen doğal, kültürel ve tarihi çekicilikleri Tablo 36' da sunulmaktadır.

**Tablo 36. Nevşehir'in Turistik Çekiciliklerinin Yeri, Adı ve Önemi**

| <b>Çekiciliklerin Yeri</b>                                 | <b>Çekiciliklerin Adı</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Turistik Önemi</b>                  |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>Nevşehir Merkez</b>                                     | Damat İbrahim Paşa Külliyesi: Kurşunlu Cami, Medrese, Kütüphane, İmarethane, Hamam. Selçuklular Zamanı: Nevşehir Kalesi. Nevşehir Müzesi                                                                                                                                                                                                                                                                               | Bölgesel ve Ulusal                     |
| <b>Çat</b><br>Nevşehir'e 8 km.                             | Güvercinlikler<br>Kayalara oyulmuş evler ve yeraltı tapınağı<br>Kaya Cami                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Bölgesel<br>Ulusal<br>Uluslararası     |
| <b>Göreme</b><br>Nevşehir'e 12 km.                         | Göreme Tarihi Milli Parkı<br>Göreme Açık Hava Müzesi: Tokalı Kilise: En büyük kaya kilise<br>Rahibeler ve Rahipler Manastırı, St.Basil Şapeli, Elmalı Kilise, Azize Barbara Şapeli, Karanlık Kilise, Yılanlı Kilise, Çarıklı Kilise<br>Roma Kaya Mezarları Kiliseler: Bezirhane ve Orta Mahalle, Durmuş Kadir, Yusuf Koç, El-Nazar, Saklı, Kılıçlar, Meryem Ana,Aziz Eustathios, Çavuşin Rahipler Vadisi: Paşabağları. | Bölgesel<br>Ulusal ve<br>Uluslararası  |
| <b>Kaymaklı</b><br>Nevşehir'e 20 km.<br>Kaymaklı'ya 10 km. | Kaymaklı Yeraltı Şehri<br>Mazıköy Yeraltı Şehri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Bölgesel,<br>Ulusal ve<br>Uluslararası |
| <b>Nar</b>                                                 | Tipik Kapadokya Kasabası<br>İnsanlar hala kaya oyma evlerde yaşamaktadır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Ulusal ve<br>Uluslararası              |
| <b>Uçhisar</b><br>Nevşehir'e 8 km.<br>Ürgüp'e 12 km.       | Uçhisar Kalesi, Uçhisar Vadisi, Peribacaları, Güvercinlikler<br>Kaleden bütün göreme vadisinin seyri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Bölgesel,<br>Ulusal ve<br>Uluslararası |
| <b>Acıgöl</b><br>Nevşehir'e 20 km.<br>Tatların             | Acıgöl Yeraltı Şehri, Topada Kaya yazıtı: Hitit Hiyerografi<br>Tatların Kilisesi, Tatların Yer Altı Şehri                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Bölgesel,<br>Ulusal ve<br>Uluslararası |
| <b>Avanos</b><br>Özkonak:Avanos'a 14 km                    | Çanak-çömlekçilik, Zelve Ören Yeri<br>Özkonak Yeraltı Şehri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Ulusal ve<br>Uluslararası              |
| <b>Derinkuyu</b><br>Nevşehir'e 30 km.                      | Derinkuyu Yeraltı Şehri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Bölgesel,<br>Ulusal ve<br>Uluslararası |
| <b>Gülşehir</b><br>Nevşehir'e 20 km.                       | Tuf Kayalar İçine Oyulmuş Sayısız Mekan ve Roma Dönemi Kaya Mezarları, Karşı (Aziz Jean) Kilisesi, Açık Saray Kiliseleri<br>Mantar şeklinde peribacaları                                                                                                                                                                                                                                                               | Bölgesel,<br>Ulusal ve<br>Uluslararası |
| <b>Hacıbektaş</b><br>Nevşehir'e 46 km.                     | Hacı Bektaş-ı Veli Külliyesi:Hacı Bektaş-ı Veli ve Balım Sultan'ın Türbeleri, Cami, Çamaşırhane, Hamam, Aş Evi, Konuk Evi ve Çeşmeler.                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Bölgesel ve<br>Ulusal                  |
| <b>Kozaklı</b>                                             | Kaplıcalar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Bölgesel,<br>Ulusal                    |
| <b>Ürgüp</b>                                               | Selçuklu ve Osmanlı Eserleri: Altı Kapılı Türbe, Kılıçarslan Türbesi, Cami-i Kebir,Tahsin Ağa Kütüphanesi, Taşkınpaşa Medresesi, Camisi ve Türbesi<br>Pancarlık Vadisi, Üzengi Vadisi, Keşkik Vadisi, Devrent Vadisi<br>Kurtderesi Nekropolü, Tağar Kilisesi                                                                                                                                                           | Bölgesel,<br>ulusal ve<br>uluslararası |
| Ortahisar<br>Ürgüp'e 6 km.                                 | Kaya Kalesi , Geleneksel evler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Bölgesel,<br>ulusal ve<br>uluslararası |

*\* Festivaller:*

Hacı Bektaş-ı Veli Anma Törenleri: Her yıl 16-18 Ağustos tarihleri arasında üç gün süreyle Nevşehir'in Hacıbektaş ilçesinde Hacıbektaş kültürüne yönelik bilimsel ve toplumsal etkinlikler yapılmaktadır.

Ürgüp Bağbozumu Festivali: Her yıl bağbozumunun yapıldığı zamana rastlatılan üç gün bağcılık ve şarapçılığı tanıtmaya yönelik etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler içerisinde yarışmalar ve müzik gösterileri yer almaktadır.

Avanos Festivali (Kapadokya El sanatları ve Sanat Günleri) Avanos ilçesinde yılın 18 Haziran, 25 Haziran, 13 Ağustos, 28 Ağustos, 10 Eylül tarihlerinde olmak üzere toplam beş gün çeşitli etkinlikler yapılmaktadır. Uluslararası boyutta düzenlenen etkinlikler ile ilçede üretilen sanatsal ürünlerin tanıtımının yapılması amaçlanmaktadır.

*\* Yiyecekler ve İçecekler*

Nevşehir ve çevresi mutfağı genel özellikler bakımından coğrafi koşullar içerisinde tarım ve hayvancılıkla uğraşan yapıya özgü kurallar ile sınırlıdır. Yemek çeşitlerinde kullanılan malzemeler ağırlıklı olarak bölgede yetişen patates, buğday, mercimek, nohut, fasulye, kabak gibi ürünlerden oluşmaktadır. Bölgede bağcılık ve şarapçılık çok gelişmiş durumdadır. Bölgedeki şarap fabrikaları ve evleri turistler açısından ilgi çekici mekanlardır.

*\* Geleneksel El Sanatları*

Kapadokya turizm hareketine doğal ve mimari çevrenin yanı sıra yörenin geleneksel el sanatları da önemli katkı sağlamaktadır. Çanak-çömlek el sanatı Avanos ilçesinde yoğunlaşmıştır ve yörenin yerleşim tarihi kadar eski zamanlara uzanır. Avanos ve Ürgüp yöresindeki halı dokumacılığının yanısıra oniksten yapılan vazo, kase, küllük, dama, santranç ve benzeri hediyelik eşyalar önemli turistik el sanatları ürünüdür. Kilim dokumacılığı ise Kozaklı ve Gülşehir ilçelerinde bulunmaktadır. Avanos ilçe merkezinde bulunan işletmelerde yöreye özgü desenli halılar üretilmekte ve turistlere gösteri yapılmaktadır. Uzun bir tarihi geçmişe sahip olan çanak çömlekçilik yörede turizm sayesinde yaşamını sürdürmekte ve önemli bir turistik çekicilik oluşturmaktadır. Çanak-çömlek atelyelerinde turistlere gösteriler yapılmaktadır.

#### ◆ **Rekreasyon Faaliyetleri:**

Bölgedeki rekreatif faaliyetler ise at turları, balon ile gezinti, bisikletçilik ve yürüyüştür.

##### \* **At Turları:**

Bölgenin adı Kapadokya'nın güzel atlar diyarı anlamına gelen Katpatuka'dan geldiği söylenmektedir. Ancak bölgede turistlere at turları düzenleyen beş kişi ya da işletme bulunmaktadır. Göreme'de pansiyonlarda kalanları günlük olarak gezdirmekte kullanılan 8 at, Avanos'ta 12 at bir kişide ve 12 at başka bir kişide olmak üzere 24 at, Avanos'ta yer alan Kirkit Seyahat Acentası'nın Avanos ve Güzelyurt'ta 37 atı ve Ürgüp'te bir Fransız bayana ait 11 at olmak üzere bölgede toplam 80 at bulunmaktadır. Kirkit Seyahat Acentası, en az 15 kişilik gruplara 12 gün süren at turları yaptırmaktadır. Bu acentanın düzenlediği at turlarına katılan turistlerin tamamını ise Fransızlar oluşturmaktadır.

##### \* **Balon Turları:**

Bölgenin muhteşem doğasını gökyüzünden seyretmek isteyenler balon turlarına katılmaktadırlar. Bölgedeki balon sayısı ise Göreme'de bir İngiliz'e ait olan 2 balondur. Çok iyi bir düşünce ve başlangıç olmasına rağmen balon sayısı oldukça yetersizdir.

##### \* **Bisikletçilik:**

Göreme - Avanos yolu üzerinde özellikle bisiklete ayrılan bir kısım bulunmaktadır. Ayrıca bazı seyahat acentaları bisiklet turları düzenlemektedir. Ancak, diğer doğal rekreatif faaliyetlerde olduğu gibi rekreatif turlara rehberlik edebilecek yeterli sayıda yetişmiş rehberler bulunmamaktadır.

##### \* **Yürüyüş:**

Yöredeki bazı seyahat acentaları vadilerde yürüyüşler düzenlemektedirler. Ancak, turistlerin kendi başlarına gezip dolaşmalarına yardımcı olacak ne yol işaretleri ne de gerçeğe uygun ölçekli haritalar bulunmaktadır.

Nevşehir turizm bölgesi ile ilgili bütün tanıtım kitapları ve broşürlerinde yukarıda belirtilen kültürel çekiciliklere yer verilmektedir. Bu tür çekicilikler ise tur yaratan çekicilikler olarak sınıflandırılabilir. Doğal kaynaklar ve insani (kültürel) kaynaklar ile ilişkili rekreatif faaliyetler geliştirilemediği için turistlerin bölgedeki gecelemleri ortalama iki gündür

Belirtilen çekiciliklerin yanısıra doğal ve kültürel çekicilikler ile ilişkili olarak geliştirilebilecek olan rekreatif faaliyetler konusunda ciddi bir araştırma

bulunmamaktadır. Kızılırmak'ta rafting ya da kano yapmak, golf turizmine açılmak gibi değişik düşünceler olmasına karşın, örneğin; Kızılırmak'ın debisinin, temizliğinin ve takip edilecek güzergahın manzarasının uygunluğu gibi yapılabilirlik konusunda bir araştırma bulunmamaktadır.

### 3.1.3. BÖLGENİN TURİZM PAZARLARI

Nevşehir Turizm Bölgesi'nin turizm pazarlarını inceleyebilmek için mevcut turizm talebi ele alınmaktadır. Nevşehir'i ziyaret eden kişi sayısını ve konaklama işletmelerine olan talebi belirlemek konaklama arzını belirlemeye kıyasla daha zordur. Günlük giriş-çıkış kapısı olmadığı için talebe ilişkin sağlıklı istatistik yapmak mümkün olmamaktadır.

Bölgede bulunan yeraltı şehirleri, müzeler gibi ören yerlerinde satılan bilet sayıları toplanarak bölgeye ne kadar turist geldiğine karar verilmektedir. Aynı kişiler birkaç defa sayıldığı için ise hiç güvenilir olmayan rakamlar ortaya çıkmaktadır. Konaklama tesislerinin Turizm İl Müdürlüğü'ne verdikleri geceleme formlarına dayanarak bir rakam vermek ise oldukça güç görünmektedir. Turizm İl Müdürlüğü'nde yapılan incelemede tesislerin çoğunun hiç form göndermediği, bazılarının ise ara sıra gönderdiği tespit edilmiştir.

Bu nedenle, çalışmada veri tabanı olarak Turizm Bakanlığı tarafından her yıl hazırlanan Konaklama İstatistikleri Bültenleri kullanılmaktadır. Nevşehir'de konaklayan ve geceleleyen yerli ve yabancı kişi sayıları ve yabancıların milliyetleri bu istatistiklere dayanarak analiz edilmektedir.

Nevşehir'e yönelik turizm talebi 1985-1997 yılları arasındaki süreç dikkate alınarak yıllar itibarıyla Nevşehir'de konaklayan yabancı, yerli ve toplam turist sayıları ile milliyetleri Tablo 37'de sunulmuştur. Yıl içerisinde 1000 kişiden fazla olan milliyetler tabloda yer almış, 1000 kişiden az olan milliyetler ise diğerleri adı altında toplanmıştır. Kolaylık sağlamak için yabancı milliyetlerin, bölgeye yönelik toplam yabancı turistler içindeki payları yüzde olarak gösterilmiştir. Aynı yöntemle Nevşehir'de geceleme sayıları ve milliyetlere dağılımı da Tablo 38'de sunulmaktadır.

Bu iki tablodan, Nevşehir'e yönelik yabancı turizm talebinde hangi milliyetlerin payının büyük olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Yıllar içinde, özellikle 1990'dan sonra Japon ve Amerikalı turistlerin toplam yabancı turist sayısı içindeki paylarının arttığı görülmektedir.

1985-1997 yılları arasında yabancı turistlerin milliyetleri incelendiğinde, toplam yabancı talep içindeki paylarının ortalamasına göre sıralama Fransa (%29), Almanya (%15), İtalya (%12), Japonya (%11), İspanya (%8) ve Amerika (%7) dır.

**Tablo 37. Nevşehir'de Milliyetlere Göre Konaklayan Kişilerin Dağılımı**

| M      | A | G  | B | F  | E | ES | S | T  | US | JP | D  | Yabancı | Yerli   | Toplam  |
|--------|---|----|---|----|---|----|---|----|----|----|----|---------|---------|---------|
| Yıllar | % | %  | % | %  | % | %  | % | %  | %  | %  | %  |         |         |         |
| 1985   | 2 | 16 | 2 | 49 | 3 | 2  | 2 | 14 | 3  | 3  | 4  | 92.182  | 25.519  | 117.701 |
| 1986   | 2 | 20 | 4 | 44 | 3 | 4  | 2 | 12 | 2  | 3  | 4  | 112.337 | 25.274  | 137.611 |
| 1987   | - | -  | - | -  | - | -  | - | -  | -  | -  | -  | -       | -       | -       |
| 1988   | 2 | 23 | 4 | 36 | 2 | 4  | 1 | 18 | 1  | 2  | 11 | 150.742 | 22.155  | 172.897 |
| 1989   | 2 | 20 | 6 | 34 | 3 | 4  | 1 | 15 | 3  | 4  | 8  | 145.034 | 24.389  | 169.423 |
| 1990   | 2 | 18 | 4 | 41 | 1 | 6  | - | 15 | 3  | 4  | 6  | 130.665 | 35.794  | 166.459 |
| 1991   | 1 | 20 | 5 | 16 | 2 | 16 | 1 | 12 | 6  | 7  | 14 | 73.721  | 53.231  | 126.952 |
| 1992   | 3 | 14 | 7 | 25 | 1 | 15 | - | 13 | 8  | 10 | 4  | 173.124 | 65.785  | 238.909 |
| 1993   | - | 11 | 7 | 31 | 1 | 14 | - | 9  | 9  | 11 | 7  | 185.835 | 70.191  | 256.026 |
| 1994   | - | 7  | 6 | 18 | 1 | 7  | - | 8  | 15 | 23 | 15 | 142.653 | 72.230  | 214.883 |
| 1995   | - | 11 | 5 | 16 | 2 | 5  | - | 7  | 17 | 23 | 14 | 179.897 | 108.673 | 288.570 |
| 1996   | - | 9  | 6 | 21 | 1 | 7  | - | 11 | 12 | 21 | 12 | 247.343 | 96.485  | 343.828 |
| 1997   | 1 | 8  | 6 | 22 | 1 | 7  | - | 12 | 10 | 23 | 10 | 361.894 | 107.786 | 469.680 |

Tablo da yer alan harflerin anlamı: M: Milliyetler A : Avusturya G: Almanya  
 B: Benelüks Devletleri F: Fransa E: İngiltere ES: İspanya S: İsviçre  
 T: İtalya US: Birleşik Amerika JP: Japonya D: Diğer Yabancı Milliyetler  
**Kaynak:** Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

**Tablo 38. Nevşehir'de Milliyetlere Göre Geceleyen Kişilerin Dağılımı**

|        | A | G  | B  | F  | E | ES | S | T  | US | JP | D  | Yabancı | Yerli   | Toplam  |
|--------|---|----|----|----|---|----|---|----|----|----|----|---------|---------|---------|
| Yıllar | % | %  | %  | %  | % | %  | % | %  | %  | %  | %  |         |         |         |
| 1985   | 2 | 17 | 3  | 48 | 4 | 3  | 2 | 15 | 3  | 2  | 1  | 156.063 | 40.950  | 197.013 |
| 1986   | 1 | 18 | 4  | 47 | 3 | 4  | 2 | 11 | 2  | 2  | 6  | 211.891 | 35.733  | 247.624 |
| 1987   | - | -  | -  | -  | - | -  | - | -  | -  | -  | -  | -       | -       | -       |
| 1988   | 2 | 22 | 4  | 38 | 2 | 4  | 4 | 19 | 2  | 2  | 1  | 284.815 | 40.104  | 324.919 |
| 1989   | 2 | 19 | 6  | 37 | 3 | 4  | - | 15 | 3  | 3  | 8  | 280.896 | 38.283  | 319.189 |
| 1990   | 2 | 19 | 5  | 40 | 1 | 7  | - | 15 | 2  | 3  | 6  | 268.015 | 64.361  | 332.276 |
| 1991   | 2 | 21 | 4  | 17 | 2 | 16 | 1 | 13 | 5  | 5  | 14 | 148.840 | 96.539  | 245.379 |
| 1992   | 6 | 15 | 6  | 25 | 1 | 14 | - | 13 | 7  | 8  | 5  | 382.473 | 129.963 | 512.436 |
| 1993   | 1 | 13 | 6  | 31 | 1 | 15 | - | 10 | 11 | 7  | 5  | 381.795 | 141.774 | 523.569 |
| 1994   | - | 8  | 10 | 20 | 1 | 8  | - | 9  | 16 | 17 | 11 | 267.736 | 129.583 | 397.319 |
| 1995   | - | 11 | 5  | 20 | 2 | 5  | - | 10 | 17 | 17 | 13 | 368.038 | 219.676 | 587.714 |
| 1996   | 2 | 9  | 5  | 24 | 1 | 7  | - | 12 | 13 | 15 | 12 | 481.756 | 229.424 | 711.180 |
| 1997   | 1 | 8  | 6  | 26 | 1 | 8  | - | 14 | 10 | 16 | 10 | 726.750 | 244.136 | 970.886 |

Tablo da yer alan harflerin anlamı: M: Milliyetler A : Avusturya G: Almanya  
 B: Benelüks Devletleri F: Fransa E: İngiltere ES: İspanya S: İsviçre  
 T: İtalya US: Birleşik Amerika JP: Japonya D: Diğer Yabancı Milliyetler  
**Kaynak:** Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

1990 sonrası Fransa (23.75), Japonya (%15.25), Almanya (%12.25), İtalya (10.87), Amerika (%10) ve İspanya (59.62) olarak sıralama değişmektedir. Son üç yıla göre ise Japonya (%22.33), Fransa (%19.66) ve Amerika (%11.33) ilk üçe yerleşmiştir.

Toplam yabancı turist talebi içinde %10 dan fazla yer tutan milliyetler, yıllar itibari ile sayıları incelenmek üzere Tablo 39 ve Tablo 40 da sunulmaktadır. 1985 yılı baz alındığında Nevşehir'in temel pazarlarını oluşturan milliyetlerden gelen kişi sayılarında katlanan bir artış olduğu görülmektedir. Sadece 1991 ve 1994 yılında Fransız ve Alman turistlerin sayılarında önemli azalma olmuştur. 1985 yılına göre Japonya 32 ve Amerika 11 misli artarak bölgeyi ziyaret eden yabancı milliyetler içinde ilk üçte yer almışlardır. Japonya ve Amerika pazarlarında büyüme olduğu açıkça görülmektedir.

**Tablo 39. Temel Turizm Pazarlarındaki Gelişmeler - I**

| Yıllar | Fransa | Fark  | Almanya | Fark  | İtalya | Fark  |
|--------|--------|-------|---------|-------|--------|-------|
| 1985   | 44821  | 1.000 | 14860   | 1.000 | 12505  | 1.000 |
| 1986   | 100638 | 2.245 | 37673   | 2.535 | 24235  | 1.938 |
| 1987   | -      | -     | -       | -     | -      | -     |
| 1988   | 54261  | 1.210 | 35340   | 2.378 | 27708  | 2.215 |
| 1989   | 49100  | 1.095 | 29717   | 1.999 | 21394  | 1.710 |
| 1990   | 53495  | 1.193 | 23361   | 1.572 | 19185  | 1.534 |
| 1991   | 12086  | 0.269 | 15135   | 1.018 | 8916   | 0.712 |
| 1992   | 43222  | 0.964 | 23742   | 1.597 | 23135  | 1.850 |
| 1993   | 56727  | 1.266 | 21294   | 1.432 | 17465  | 1.396 |
| 1994   | 25891  | 0.578 | 10500   | 0.706 | 10862  | 0.868 |
| 1995   | 29306  | 0.654 | 19772   | 1.330 | 13070  | 1.045 |
| 1996   | 52603  | 1.174 | 22648   | 1.524 | 26467  | 2.116 |
| 1997   | 79220  | 1.767 | 28251   | 1.901 | 41730  | 3.337 |

**Kaynak:** Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

**Tablo 40. Temel Turizm Pazarlarındaki Gelişmeler -II**

| Yıllar | İspanya | Fark   | Japonya | Fark   | Amerika | Fark   |
|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| 1985   | 2045    | 1.000  | 2585    | 1.000  | 3120    | 1.000  |
| 1986   | 6341    | 3.100  | 4860    | 1.880  | 3814    | 1.222  |
| 1987   | -       | -      | -       | -      | -       | -      |
| 1988   | 5547    | 2.712  | 3307    | 1.279  | 2141    | 0.686  |
| 1989   | 6457    | 3.157  | 5789    | 2.239  | 4822    | 1.545  |
| 1990   | 7341    | 3.589  | 5625    | 2.176  | 3371    | 1.080  |
| 1991   | 11526   | 5.636  | 5418    | 2.095  | 4473    | 1.433  |
| 1992   | 25231   | 12.337 | 17101   | 6.615  | 13036   | 4.178  |
| 1993   | 25998   | 12.712 | 19482   | 7.536  | 17079   | 5.474  |
| 1994   | 10391   | 5.081  | 33095   | 12.805 | 21271   | 6.817  |
| 1995   | 8865    | 4.334  | 41819   | 16.177 | 30383   | 9.729  |
| 1996   | 18151   | 8.875  | 51799   | 20.038 | 30357   | 9.729  |
| 1997   | 27077   | 13.240 | 83019   | 32.115 | 37795   | 12.113 |

**Kaynak:** Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

Nevşehir'de ortalama kalış süresi, (Tablo 41) 1985-1997 yılları arasında değişmemiştir. 1985-1997 yılları arasında yabancıların ortalama kalış süresi 1.96, yerlilerin ortalama kalış süresi 1.92 gündür. Ortalama kalış süresinin genel olarak 2 gün olduğu söylenebilir.

**Tablo 41. Nevşehir'de Ortalama Kalış Süresi**

| Yıllar | Yabancı Konaklama | Yabancı Geceleme | Ortalama Kalış Süresi | Yerli Konaklama | Yerli Geceleme | Ortalama Kalış Süresi | Toplam Ortalama Kalış Süresi |
|--------|-------------------|------------------|-----------------------|-----------------|----------------|-----------------------|------------------------------|
| 1985   | 92.182            | 156.063          | 1.7                   | 25.519          | 40.950         | 1.6                   | 1.65                         |
| 1986   | 112.337           | 211.891          | 1.9                   | 25.274          | 35.733         | 1.4                   | 1.65                         |
| 1987   | -                 | -                | -                     | -               | -              | -                     | -                            |
| 1988   | 150.742           | 284.815          | 1.9                   | 22.155          | 40.104         | 1.8                   | 1.85                         |
| 1989   | 145.034           | 280.896          | 1.9                   | 24.389          | 38.283         | 1.6                   | 1.75                         |
| 1990   | 130.665           | 268.015          | 2.1                   | 35.794          | 64.361         | 1.8                   | 1.95                         |
| 1991   | 73.721            | 148.840          | 2.0                   | 53.231          | 96.539         | 1.8                   | 1.90                         |
| 1992   | 173.124           | 382.473          | 2.2                   | 65.785          | 129.963        | 2.0                   | 2.10                         |
| 1993   | 185.835           | 381.795          | 2.1                   | 70.191          | 141.774        | 2.0                   | 2.05                         |
| 1994   | 142.653           | 267.736          | 1.9                   | 72.230          | 129.583        | 1.8                   | 1.85                         |
| 1995   | 179.897           | 368.038          | 2.0                   | 108.673         | 219.676        | 2.0                   | 2.00                         |
| 1996   | 247.343           | 481.756          | 1.9                   | 96.485          | 229.424        | 2.4                   | 2.15                         |
| 1997   | 361.894           | 726.750          | 2.0                   | 107.786         | 244.136        | 2.3                   | 2.15                         |

**Kaynak:** Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

Nevşehir'de konaklayan turistlerin yerli ve yabancı sayılarına göre toplam talep içindeki oranları Tablo 42'de sunulmaktadır. Nevşehir'e yönelik turizm talebinin büyük kısmını (%75) yabancılar oluşturmaktadır. Turizm sektörünün kontrolü dışındaki dış çevre faktörlerinin etkisi ile bazı yıllar yabancı turist sayısında düşüş olması nedeniyle turistik tesislerin iç pazara yönelmesi iç turizm talebini artırmıştır. Ancak, 1985 -1997 yılları arasında ilk dört yıl iç turizm talebi aynı seviyelerde olmakla birlikte 1990 yılından itibaren artarak bu dönem içinde dört katına ulaşmıştır. Bu artışın değişik nedenleri olabilir. Ancak, 1980'li yılların sonunda ve 1990'lı yılların başında konaklama tesislerinin sayısının artmış olması da bu talebi yaratmış olabilir. Nevşehir'in Türkiye'ye yönelik aktif dış turizm talebinden aldığı pay Tablo 43' de sunulmaktadır. Tablodan görüldüğü gibi ülkenin turizm gelişimine paralel olarak bölge turizmi de turist sayısı açısından zaman içinde gelişim göstermiş, ancak ülkeye yönelik talep içindeki payını hiç artıramamıştır.

Nevşehir'de konaklayan yabancı milliyetlerin Türkiye'de konaklayan kendi milliyetleri içindeki payı ise 1997 yılı itibari ile Tablo 44'de yer almaktadır. Japonya %14 ve İspanya %13 ile ön sıradadır.

**Tablo 42. Nevşehir’de Konaklayan Yerli ve Yabancıların Oranı**

| YILLAR | Nevşehir’e<br>Gelen Toplam | Nevşehir’e<br>Gelen Yabancı | %  | Nevşehir’e<br>Gelen Yerli | %  |
|--------|----------------------------|-----------------------------|----|---------------------------|----|
| 1985   | 117.701                    | 92.182                      | 78 | 25.519                    | 22 |
| 1986   | 137.611                    | 112.337                     | 82 | 25.274                    | 18 |
| 1987   | -                          | -                           | -  | -                         | -  |
| 1988   | 172.897                    | 150.742                     | 87 | 22.155                    | 13 |
| 1989   | 169.423                    | 145.034                     | 86 | 24.389                    | 14 |
| 1990   | 166.459                    | 130.665                     | 78 | 35.794                    | 22 |
| 1991   | 126.952                    | 73.721                      | 58 | 53.231                    | 42 |
| 1992   | 238.909                    | 173.124                     | 72 | 65.785                    | 28 |
| 1993   | 256.026                    | 185.835                     | 73 | 70.191                    | 27 |
| 1994   | 214.883                    | 142.653                     | 66 | 72.230                    | 34 |
| 1995   | 288.570                    | 179.897                     | 62 | 108.673                   | 38 |
| 1996   | 343.828                    | 247.343                     | 72 | 96.485                    | 28 |
| 1997   | 469.680                    | 361.894                     | 77 | 107.786                   | 23 |

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

**Tablo 43. Türkiye’ye Yönelik Yabancı Turizm Talebinden Nevşehir’in Aldığı Pay**

| YILLAR | Türkiye’ye<br>Gelen<br>Toplam<br>Yabancı | Türkiye’de<br>Konaklayan<br>Yabancı | Ort.<br>Kalış<br>Süresi | Nevşehir’e<br>Konaklayan<br>Toplam<br>Yabancı | Ort.<br>Kalış<br>Süresi | Nevşehir/<br>Türkiye<br>Oranı |
|--------|------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| 1985   | 2.614.924                                | 1.793.955                           | 2.7                     | 92.182                                        | 1.7                     | 0.051                         |
| 1986   | 2.391.085                                | 2.142.843                           | 2.9                     | 112.337                                       | 1.9                     | 0.052                         |
| 1987   | 2.855.546                                | 2.661.890                           | 3.1                     | -                                             | -                       | -                             |
| 1988   | 4.172.727                                | 3.411.983                           | 3.4                     | 150.742                                       | 1.9                     | 0.044                         |
| 1989   | 4.459.151                                | 3.783.941                           | 3.1                     | 145.034                                       | 1.9                     | 0.038                         |
| 1990   | 5.389.308                                | 3.869.166                           | 3.4                     | 130.665                                       | 2.1                     | 0.034                         |
| 1991   | 5.517.897                                | 2.398.666                           | 4.0                     | 73.721                                        | 2.0                     | 0.025                         |
| 1992   | 7.076.096                                | 3.720.627                           | 4.5                     | 173.124                                       | 2.2                     | 0.046                         |
| 1993   | 6.500.638                                | 4.097.358                           | 4.2                     | 185.835                                       | 2.1                     | 0.045                         |
| 1994   | 6.670.618                                | 3.728.645                           | 4.4                     | 142.653                                       | 1.9                     | 0.038                         |
| 1995   | 7.726.886                                | 4.629.615                           | 4.0                     | 179.897                                       | 2.0                     | 0.038                         |
| 1996   | 8.614.085                                | 6.448.933                           | 4.0                     | 247.343                                       | 1.9                     | 0.038                         |
| 1997   | 9.689.004                                | 9.443.198                           | 3.8                     | 361.894                                       | 2.0                     | 0.038                         |

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bülteni, 1985-1997.

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985 - 1997.

**Tablo 44. Nevşehir’in Temel Turizm Pazarlarının Ülkemiz Turizm Pazarları İçindeki Yeri**

| MİLLİYETLER | TÜRKİYE   | NEVŞEHİR | Oranı % |
|-------------|-----------|----------|---------|
| JAPONYA     | 600.318   | 83019    | 14      |
| FRANSA      | 1.031.023 | 79220    | 8       |
| AMERİKA     | 615.957   | 37795    | 6       |
| ALMANYA     | 2.295.193 | 28251    | 1       |
| İTALYA      | 443.387   | 41730    | 9       |
| İSPANYA     | 212.823   | 27077    | 13      |

Nevşehir turizmi her yönüyle Türk turizminin belli başlı özelliklerini taşımaktadır. Nevşehir ülkede turizmin ilk geliştiği illerden biridir. Ancak, Nevşehir'e yönelik turizm talebi doğal ve tarihi sitlerin çekiciliği sonucunda oluştuğundan, deniz ve güneşe dayanan turizm türünden farklı, kültür turizmi şeklindedir. Bu nedenle turistlerin bölgede kalış süreleri de kısadır. Bölgedeki çekiciliklerin tur yaratan çekicilikler olması nedeni ile bölgedeki ortalama kalış süresi 2 günü geçmemektedir. Deniz, kum ve güneşe dayalı turizmde, örneğin 1997 yılında Antalya'da ortalama kalış süresi 5.5 iken Nevşehir'de 2.15 olarak gerçekleşmiştir. Bu ise aynı sayıda turist ve aynı sayıda yatak için doluluk oranının yarı yarıya düşük olması anlamını taşımaktadır. Tablo 43'de de görüldüğü gibi Nevşehir'de yabancı turistlerin kalış süresi Türkiye yabancı turist talebi kalış süresinin ortalamasının da altındadır.

Nevşehir ilindeki oda doluluk oranları 1995 ve 1998 yılları baz alınarak Tablo 45'de sunulmaktadır. Oda doluluk oranları Ocak, Şubat ve Mart aylarında çok düşük düzeylerde seyretmekte ve Nisan ayından itibaren artarak bütün yıl boyunca belirli bir doluluk oranı sağlanmaktadır. Ancak, yılın hiç bir ayında %50'lere ulaşamamaktadır. Görüşme yapılan 4 ve 5 yıldızlı oteller en yoğun aylarda bile %80-90 doluluk oranını aşamadıklarını belirtmektedirler. Son üç yıl içerisinde %38 civarında seyreden mevcut oda doluluk oranlarına dayanarak, bölgede tatmin edici bir oda doluluk oranına ulaşılabilmesi için gelen turist sayısının artırılması gerektiği söylenebilir.

**Tablo 45. Nevşehir İli Oda Doluluk Oranları**

| AYLAR    | 1995  | 1996 | 1997 | 1998  |
|----------|-------|------|------|-------|
| OCAK     | 8.9   | 22.1 | 19.3 | 21.2  |
| ŞUBAT    | 12.6  | 27.7 | 20.7 | 21.1  |
| MART     | 18.2  | 29.6 | 23.5 | 24.3  |
| NİSAN    | 23.8  | 35.1 | 31.2 | 33.3  |
| MAYIS    | 28.3  | 38.4 | 38.2 | 38.5  |
| HAZİRAN  | 28.9  | 39.3 | 40.6 | 40.6  |
| TEMMUZ   | 28.5  | 40   | 43   | 42.2  |
| AĞUSTOS  | 30.1  | 42.2 | 45.8 | 45.9  |
| EYLÜL    | 33.01 | 43.9 | 48.5 | 48.1  |
| EKİM     | 34.1  | 44.8 | 49.2 | 49.1  |
| KASIM    | 33.8  | 43.5 | 48   | 46.8  |
| ARALIK   | 32.5  | 42.6 | 47.3 | ----- |
| ORTALAMA | 27.4  | 37.4 | 37.9 | 37.4  |

Kaynak: Orhan BULDAĞ, Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü,

8.1.1999 tarihli fax mesajı.

Nevşehir'e yönelik turizm talebinin profilini belirlemeye yönelik olarak AKOĞLAN ve KARAMUSTAFA tarafından konaklama işletmelerinin kayıt kartlarının incelenmesi ve anket yoluyla yapılan bir araştırmada 1992 yılı itibari ile bölgeye gelen turistlerin %27.7'sini 15-28 arası genç yaş grubundan, %39.1'in yetişkin grup denilen 29-46 yaş grubundan, %33.2'si ise orta yaşlı ve yaşlı grubundan oluştuğu belirlenmiştir. Anket için örnekleme alınan 220 kişiden serbest meslek sahibi olan %8.2'si üst gelir (aylık 6.500 dolar ve üstü), %70.9'u orta ( aylık 1500 -6500 dolar arası) ve % 20.9'u alt (1500 dolar ve altı) gelir grubuna girmektedir. Ankete katılan 220 kişiden %17.2'si iş amaçlı olarak bölgeyi ziyaret ettiklerini belirtmiştir. Aynı araştırmaya göre bölgeye gelen turistlerin sadece %27.7'si genç yaş grubundan ve %72.3 gibi büyük bir çoğunluk ise orta ve üçüncü yaş grubundan oluşmaktadır. Turistlerin %70.9'u gibi büyük bir oranı ise orta gelir grubundan oluşmaktadır. Mevcut turist profili dikkate alınarak üst yapı tesisleri ve hizmetlerinin orta ve üçüncü yaş grubuna hitap edecek şekilde düzenlenmesine ve genç turist sayılarını artırmak için rekreatif faaliyetlerin geliştirilmesine ihtiyaç vardır<sup>366</sup>.

Nevşehir'e turist getiren tur operatörleri ve seyahat acentalarının 1 Nisan-31 Ağustos tarihleri arasında 1996, 1997 ve 1998 yıllarında hediye eşya mağazalarına getirdikleri turist sayıları Tablo 46'da sunulmaktadır. Her yıl bin kişinin üzerinde turist getiren tur operatörleri ve seyahat acentaları isimleri ile belirtilmiştir. Bin kişinin altında turist getirenler ise toplanarak diğerleri altında belirtilmiştir. Sadece hediye eşya mağazalarına giren turistler olduğu için konaklayan kişi sayılarından farklıdır. Ancak turistlerin bölgeye grup olarak ve seyahat acentaları aracılığı ile geldiklerini göstermesi açısından önemlidir.

Daha önce yapılan bir araştırma da bunu desteklemektedir. Araştırmaya göre ise konaklama işletmelerinde konaklayan turistlerin %77'si grup, %23'ü münferit olarak seyahat etmektedir<sup>367</sup>.

Bölgede sahip olduğu pansiyon sayısı açısından birinci konumda olan Göreme beldesinde yapılan bir araştırmada ise bölgeyi ziyaret eden turistlerin %56.3'lük bir kısmını 18-25 yaş grubu, %35.2'lik kısmını 26-35 yaş grubu insanların oluşturduğu, münferit olarak seyahat ettikleri ortaya çıkmıştır<sup>368</sup>. Bu araştırmaya

<sup>366</sup> Meryem AKOĞLAN ve Kurtuluş KARAMUSTAFA, , "Turist Profili ve Tesis Türü Uygunluğuna Bir Örnek Model: Nevşehir Yöresi", **Turizm Yıllığı 1993**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1993, s26-37.

<sup>367</sup> YILDIZ ve KUŞLUVAN, a.g.m., Dipnot No: 327, s. 253.

<sup>368</sup> Beyhan ÇOŞKUN, **Turizmde Pazar Bölümlendirmesi ve Turist Profili: Göreme Örneği**, Bitirme Tezi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1995, s. 23.

dayanarak münferit olarak seyahat edenlerin çoğunlukla gençlerden oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 46. Acentalar Aracılığı İle Gelen Turistlerin Acentalara Dağılımı**

| ACENTA       | 1996   | 1997   | 1998   | ACENTA       | 1996    | 1997    | 1998    |
|--------------|--------|--------|--------|--------------|---------|---------|---------|
| Tentur       | 33.637 | 48.484 | 49.746 | Tantur       | 1.254   | 2.034   | 2.188   |
| Pacha        | 17.510 | 24.227 | 28.003 | Mega         | 1.451   | 2.740   | 2.179   |
| Fırat (Öğer) | 41     | 5.873  | 8.631  | Meptur       | 1.894   | 2.346   | 2.079   |
| Airtour      | 3.590  | 6.509  | 6.265  | United       | 1.897   | 1.827   | 1.988   |
| Turkimera    | 311    | 3.235  | 5.965  | Allegro      | 2.026   | 2.018   | 1.997   |
| Fram         | 4.436  | 5.564  | 5.118  | Magister     | 3.798   | 3.765   | 1.907   |
| Erguvan      | 2.774  | 5.722  | 5.006  | Tekser       | 1.145   | 2.102   | 1.679   |
| Öğer         | 7.061  | 5.322  | 4.737  | Genesis      | 1.328   | 1.656   | 1.586   |
| Duru         | 2.661  | 2.407  | 4.310  | Turban       | 5.542   | 3.444   | 1.290   |
| Camino       | 3.035  | 3.164  | 3.266  | T&T          | 985     | 1.373   | 1.290   |
| Bontrip      | 2.443  | 3.755  | 2.849  | Astro        | 1.131   | 776     | 1.237   |
| Gemini       | 2.493  | 3.341  | 2.651  | Cosmopolitan | 1.344   | 1.357   | 1.074   |
| Diana        | 2.257  | 2.638  | 2.313  | Toplam       | 106.044 | 145.679 | 149.354 |
|              |        |        |        | Diğer        | 48.438  | 53.634  | 66.715  |
|              |        |        |        | Genel Toplam | 154.482 | 199.313 | 216.069 |

Kaynak: Görüşme Yapılan ve İsmi Belirtilmesini İstemeyen Bir Turizm İşletme Yönetici.

Bölgedeki yerleşimler ve konaklama tesis türlerine ve aylara göre turist profili farklılıklar gösterebilmektedir. Nevşehir'e yönelik turist talep profilinin milliyet, yaş, gelir ve cinsiyet gibi demografik özelliklerinin yanısıra beklentilerini ve menuniyet düzeylerini de belirlemeye yönelik araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Nevşehir'e yönelik turizm hareketleri grup turizmi şeklinde gerçekleştiği için tur operatörleri ve seyahat acentalarının kayıtlarından turist talep profilini belirlemek daha sağlıklı sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir. Ayrıca münferit olarak seyahat edenlerin özelliklerinin belirlenmesi benzer özellikleri taşıyan kitlelere yönelik tanıtım çabalarına, ürün geliştirmeye ve fiyatlandırmaya yardımcı olabilir.

### 3.1.4. TURİZMİN NEVŞEHİR BÖLGESİ İÇİN ÖNEMİ

Turizmin bölgesel etkileri ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkiler olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Turizmin bölgesel etkileri planlama için önemli bir veridir. Ancak, belirtilen konularda Nevşehir düzeyinde yapılan bir araştırma bulunmamaktadır. Kapsamlı ve ayrıntılı olmasa da genel bir fikir vermek amacı ile bu bölümde turizmin Nevşehir turizm bölgesi üzerindeki ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel sonuçları ortaya konmaya çalışılacaktır. Nevşehir turizm bölgesinde kamu kesimi temsilcileri ile özel sektör kesimi temsilcilerinden oluşan bir gruba turizmin

bölgesel etkilerini nasıl algıladıklarını belirlemeye yönelik olarak bir anket düzenlenmiştir. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nun geleneksel olarak düzenlediği Kapadokya Toplantıları'nın birincisine (28 Aralık 1994) katılan kişilere uygulanan ankette kimlik bilgisi vermeyenlerin anket kağıtları çıkarılmış ve soruların tamamına cevap veren 25 kişinin<sup>369</sup> cevapları değerlendirilmiştir. Cevapları değerlendirilen 25 kişi; 1 vali yardımcısı, 6 kaymakam, 5 belediye başkanı, 8 otel yöneticisi, 4 seyahat acentası ve bir hediyelik eşya satış mağazası sahibi ve yöneticisinden oluşmaktadır.

Ankette turizmin etkileri ile ilgili ifadeler kullanılmış ve bu ifadeleri paylaşım paylaşmadıkları; tamamen katılıyorum, katılıyorum, katılmıyorum, tamamen katılmıyorum ve bilgin yok gibi seçeneklerden oluşan bir ölçekle belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevapların daha net bir biçimde görülebilmesi için tamamen katılıyorum ve katılıyorum cevapları ile katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum cevapları birleştirilmiş olarak sunulmaktadır. Her ifadeye verilen cevapların tekrarlanma sıklıkları ve yüzdeleri belirtilmektedir. Ancak daha kapsamlı araştırmalar ihtiyaç duyulmaktadır.

#### 3.1.4.1. TURİZMİN BÖLGE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Turizmin il ekonomisindeki yerini belirleyebilmek için öncelikle ilin genel ekonomik durumunu değerlendirmek gerekir.

Nevşehir ilinin ülke GSMH'sı içindeki payı %0.5'dir. Ayrıca, Nevşehir 2371 dolarlık kişi başına düşen geliri ile de Türkiye ortalaması olan 2727 doların altında yer almaktadır. Bu sonuca göre, çok genel olarak ilin ekonomik refah düzeyinin ülke ortalamasının altında olduğu söylenebilir<sup>370</sup>.

Nevşehir'in ilçelerinin ülke ve il GSMH'leri içindeki payları Tablo 47'de sunulmaktadır. Sırasıyla Merkez ilçe, Ürgüp, Avanos ve Derinkuyu ilçesinin il GSMH'sı içindeki paylarının toplamı %82.94'tür. Kalan %17.08'lik pay ise sırasıyla Gülşehir, Acıgöl, Kozaklı ve Hacıbektaş ilçelerine aittir. İlin ilçeleri arasında önemli gelişmişlik farkı olduğu söylenebilir. Konaklama tesislerinin Merkez ilçe, Ürgüp ve Avanos'ta toplanmış olması ile bu üç ilçenin en gelişmiş ilçeler olması dikkat çekicidir.

<sup>369</sup> Anket cevapları değerlendirilen kişilerin isim ve görevlerini belirten liste Ek 2.de sunulmaktadır.

<sup>370</sup> Mustafa SAATÇI, Ekrem DÖLEK, vd., a.g.e, Dipnot No: 346, s. 20.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın 32 kritere göre yapmış olduğu "İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması" çalışmasına göre, Türkiye'nin toplam 858 ilçesi içerisinde Nevşehir merkezi 52nci sırada yer almaktadır. Bu durumuyla il merkezi, Türkiye genelindeki sıralamada ikinci grup gelişmişlik düzeyindeki ilçeler arasında yer almaktadır <sup>371</sup>. En gelişmiş ilçe olan Merkez ilçe bile ülke genelinde ikinci grup gelişmişlik düzeyinde yer aldığına göre turizm Nevşehir için önemli bir fırsattır. Nevşehir ili ekonomik yapısı sektörler itibariyle incelendiği zaman ise turizmin il ekonomisinde önemli bir yeri olduğu ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 47. Nevşehir'in İlçelerin Ülke ve İl GSMH'si İçindeki Payı**

| Sıra No | İlçenin Adı | İlçenin İl GSMH'si İçindeki Payı % | İlçenin Ülke GSMH'si İçindeki Payı % |
|---------|-------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1       | Merkez      | 43.15                              | 0.18                                 |
| 2       | Ürgüp       | 15.21                              | 0.06                                 |
| 3       | Avanos      | 14.22                              | 0.06                                 |
| 4       | Derinkuyu   | 10.34                              | 0.04                                 |
| 5       | Gülşehir    | 5.18                               | 0.02                                 |
| 6       | Acıgöl      | 4.64                               | 0.02                                 |
| 7       | Kozaklı     | 4.08                               | 0.02                                 |
| 8       | Hacıbektaş  | 3.17                               | 0.01                                 |
|         | Nevşehir    | 100                                | 0.42                                 |

Kaynak: TOBB, Ekonomik Forum, 15 Mart 1997, Sayı: 3.

Nevşehir'in tarım sektörü Gayri Safi Yurt İçi Hasıla bakımından %63.33 gibi yüksek bir oranla ilk sırada yer almaktadır. Bu oran hem Türkiye, hem İç Anadolu'ya göre yüksektir.

**Tablo 48. Nevşehir'deki Üretim Faaliyet Kollarının GSYH İçindeki Yeri**

| Faaliyet Kolları            | Türkiye | İç Anadolu | Nevşehir |
|-----------------------------|---------|------------|----------|
| Tarım                       | 16.65   | 20.63      | 63.33    |
| Sanayi                      | 32.66   | 22.13      | 8.08     |
| İnşaat                      | 4.02    | 5.56       | 2.66     |
| Ticaret                     | 16.65   | 16.62      | 2.07     |
| Ulaştırma                   | 9.77    | 11.38      | 11.38    |
| Mali müesseseler            | 3.02    | 2.92       | 2.99     |
| Konut gelirleri             | 4.22    | 5.15       | 2.4      |
| Serbest meslek ve hizmetler | 5.52    | 6.20       | 2.64     |
| İzafi banka hizmetleri      | 1.50    | 1.46       | 1.49     |
| Devlet hizmetleri           | 5.30    | 9.03       | 5.12     |
| İthalat vergisi             | 2.96    | 1.85       | 0.81     |

Kaynak: DİE, İl ve Bölge İstatistikleri, 1994, s. 524-526.

<sup>371</sup> Mustafa SAATÇİ, Ekrem DÖLEK, vd., a.g.e., Dipnot No: 346, s. 21.

Nevşehir sanayi sektörü ise fazla gelişmemiştir. Resmi kayıtlara göre Nevşehir'de ilk fabrika 1944 yılında kurulan Tekel Şarap Fabrikası olmuştur. 1950 yılında yine bir şarap fabrikası kurulmuştur. 1970'li yıllarda ise arka arkaya 4 tuğla fabrikası kurulmuştur. Aynı yıllarda tuğla fabrikalarını un fabrikaları ve değişik gıda üretimi yapan fabrikaların kuruluşu izlemiştir. 1980'li yıllarda 5 yeni fabrika ve 1990 yılında Tekel İçki Fabrikası kurulmuştur. Ancak bugün gelinen noktada Nevşehir'de sanayi alanında tatmin edici bir gelişme olduğu söylenemez. İl genelinde üretim yapan küçük ve orta ölçekli sanayi kuruluşları ve sağladıkları istihdam Tablo 49'da gösterilmektedir <sup>372</sup>. İl genelinde küçük sanayi sitelerinde, oto elektrikçisi, oto yağcısı, karoserci, şaseci, oto tamircisi ve benzeri meslek gruplarının toplam sayısı ise 813'tür. Nevşehir ilindeki sanayi dallarının yöreye fazla istihdam imkanı sunmadıkları anlamını taşımaktadır <sup>373</sup>.

**Tablo 49. İlde Üretim Yapan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Kuruluşları**

| FABRİKA ADI | ADEDİ | ÜRETİM KONUSU                             | İSTİHDAM |
|-------------|-------|-------------------------------------------|----------|
| Un          | 41    | Un-Kepek                                  | 495      |
| Tuğla       | 10    | Tuğla                                     | 463      |
| Briket      | 2     | Briket                                    | 51       |
| Şarap       | 5     | Şarap - Sirke                             | 183      |
| Tekstil     | 2     | Pamuk ipliği, Havlu, Ham bez, Konfeksiyon | 418      |
| Çimento     | 1     | Klinger öğütme                            | 46       |
| Kireç       | 1     | Torbalı toz kireç                         | 85       |
| Conta       | 1     | Conta - Levha                             | 18       |
| Rakı        | 1     | Rakı                                      | 331      |
| Döküm       | 1     | Çelik döküm                               | 65       |
| Tuz         | 1     | Sofralık tuz                              | 5        |
| Mermer      | 1     | Mermer plaka, Oniks biblo, Karo           | 30       |
| Su Şişeleme | 1     | Su şişeleme                               | 9        |
| TOPLAM      | 68    |                                           | 2199     |

Kaynak: Nevşehir Valiliği, İl Planlama Müdürlüğü, İl Envanteri.

Nevşehir'in ekonomisinin temeli tarıma dayalıdır. Bölgedeki bağıcılığın ve buna bağlı tekel sanayinin gelişme göstermesi, patates ve patates tohumu yetiştiriciliğinde ilerleme sağlanması tarımı ön plana çıkarmıştır. Ekili alanların çoğunu tahıllar, patates, bağcılık ve baklagiller oluşturmaktadır. Sulanan alanların çoğalmasa üretimi artırmada önemli bir faktör olmuştur. Nevşehir ekonomisinde tarım %63.33 gibi yüksek bir orana sahiptir <sup>374</sup>.

<sup>372</sup> Nevşehir Valiliği, İl Planlama Müdürlüğü, İl Envanteri.

<sup>373</sup> Mustafa SAATÇİ, Ekrem DÖLEK, a.g.e., Dipnot No: 346, s. 21.

<sup>374</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

Nevşehir Ticaret ve Sanayii Odası'nın ilin ekonomik yapısı konusunda 12.9.1996 tarihinde Valiliğe sunduğu raporda turizme yoğunlaşma olduğu ve diğer sektörlerin ihmal edildiğinden yakınılmaktadır. Ancak, yine de altyapısı oluşan sektörler olarak aşağıdaki sıralamayı yapmaktadırlar <sup>375</sup> :

1. Turizm
2. Gıda
3. İnşaat
4. Otomotiv yan sanayi
5. Enerji
6. Madencilik
7. Tekstil.

İl doğal yapısı itibariyle yeraltı kaynakları açısından fazla zengin değildir. En önemli yeraltı zenginlikleri oniks, pomza ve tuzdur. Bir tür mermer olan oniks özellikle Hacıbektaş ilçesinde çıkarıldığı için Hacıbektaş taşı olarak anılmaktadır. Bu taş başta Hacıbektaş olmak üzere ilin çeşitli yörelerinde işlenerek turistik eşya haline getirilmektedir. Pomza taşı Nevşehir, Ürgüp ve Avanos çevresinden çıkarılmaktadır. Özellikle inşaat malzemesi yapımında kullanılan taşın bir kısmı da sanayide kullanılmaktadır. Bir diğer yeraltı zenginliği olan tuz, çok eski zamanlardan beri işletilmektedir. Kaya tuzu niteliğindeki bu ürün Tuzköy kasabası ve Hırka dağının doğu yamaçlarından çıkartılır. İlde ayrıca kömür, demir, diyonyit ve mermer gibi madenler de çıkartılabilmektedir <sup>376</sup> .

Nevşehir Sanayici İş Adamları Derneği'nin bir raporunda Nevşehir'in ekonomik yapısının olumsuzlukları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır <sup>377</sup> :

- Önemli karayolları üzerinde olmayışı, Nevşehir E-5 üzerindeki Aksaray ve E-80 üzerindeki Kayseri arasında sıkışmış olması ve başkent ve çevresi ile rahat ulaşım imkanı bulamaması.
- Demiryolu ağı üzerinde olmayışı,
- Sanayileşmiş Kayseri ile vilayet olduktan sonra hızla kalkınan Aksaray'ın etkisi altında olması,
- Yer şekilleri ve iklimin tarım ve hayvancılığı zorlaştıracı bir yapıda olması,
- Nevşehir'inin uğraşı alanını genişletmek ve daha iyi imkanlar sunan bölgelere sermayesi ve ailesi ile göçmesi,

<sup>375</sup> Nevşehir İl Koordinasyon Kurulu Toplantısı Tutanakları, 1996.

<sup>376</sup> Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası, İktisadi Rapor, Nevşehir, 1995, s. 25.

<sup>377</sup> NESİAD, Nevşehir'in Ekonomik Yapısı, İl Koordinasyon Kuruluna Sunulan Rapor, 1999.

- Mevcut tarım ürünlerinin bilinçli bir şekilde üretilmemesi, gerektiği gibi işlenememesi ve pazarlanamaması,
- Turistik eşya imalatının organize olmaması ve turizm gelirlerinden büyük payı tur şirketleri ile büyük oteller paylaşması, Nevşehir turizminden yerli halkın yeterince faydalanamaması.

Kayseri ve Aksaray'ın rekabeti nedeni ile sanayii de fazla ilerleme şansı olmayan Nevşehir için turizm sektörü önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

Yapılan ankette, turizmin bölge ekonomisini canlandırdığı, faydaların yerel halka yansıdığı ve yerel insanların turizmde istihdam edildiği düşüncesi ağırlık kazanmaktadır. Turizm alanındaki yatırımcılar bölge dışından gelmekle birlikte, bölge dışından yatırımcıların gelmesine sıcak bakılmaktadır.

**Tablo 50. Turizmin Bölgesel Ekonomik Sonuçlarının Algılanması**

| KULLANILAN İFADELER                                                                                                     | TK+K * |    | k+tk ** |    | BY *** |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|---------|----|--------|----|
| EKONOMİK ETKİLER İLE İLGİLİ SORULAR                                                                                     | f      | %  | f       | %  | f      | %  |
| 1. Bölgemizi ziyaret eden tursitlerin harcamaları bölgemiz ekonomisini canlandırmıştır.                                 | 20     | 80 | 5       | 20 | 0      | 0  |
| 2. Turistlerin harcamaları yerel halka yansımaktadır.                                                                   | 20     | 80 | 3       | 12 | 2      | 8  |
| 3. Bölgemizdeki turizm işletmelerinde bölgemiz insanları istihdam edilmiştir.                                           | 15     | 60 | 7       | 28 | 3      | 12 |
| 4. Bölgemizdeki turizm yatırımcıları bölge insanlarıdır.                                                                | 5      | 20 | 19      | 76 | 1      | 4  |
| 5. Bölgemizde turizm sektörü ekonomiye katkısı bakımından tarım ve sanayi sektörüne göre daha önemli bir yere sahiptir. | 15     | 60 | 7       | 28 | 3      | 12 |
| 6. Bölgemizdeki turizm gelişimi tarım sektörünün gelişmesini sağlamıştır.                                               | 3      | 12 | 19      | 76 | 3      | 12 |
| 7. Bölgemizde turizm gelişimi tarım sektörünün gerilemesine sebep olmuştur.                                             | 6      | 24 | 18      | 72 | 1      | 4  |
| 8. Turizm nedeni ile bölgemizde yol, su, kanalizasyon ve haberleşme gibi altyapı gelişmiştir.                           | 16     | 64 | 9       | 36 | 0      | 0  |
| 9. Turizm bu bölgede arsa ve bina fiyatlarını makul olmayan bir düzeyde artırmıştır.                                    | 15     | 60 | 7       | 28 | 3      | 12 |
| 10. Turistlerin harcamaları bölgemizde hayat pahalılığını (enflasyonu) artırmaktadır.                                   | 6      | 24 | 19      | 76 | 0      | 0  |
| 11. Bölgemizde tarım ile uğraşanlar yatırımcı olarak turizme yönelmiştir.                                               | 3      | 12 | 21      | 84 | 1      | 4  |
| 12. Bölgemizde tarım ile uğraşanlar işgücü olarak turizme yönelmiştir.                                                  | 7      | 28 | 17      | 68 | 1      | 4  |
| 13. Bölgemizdeki turizm gelişimi bölgeye dengeli olarak yayılmıştır.                                                    | 0      | 0  | 24      | 96 | 1      | 4  |
| 14. Bölgemizi ziyaret eden turistlere satılan hediyelik eşyalar bölgemizde üretilmektedir.                              | 7      | 28 | 17      | 68 | 1      | 4  |
| 15. Turistik işletmeler turistlere sundukları yiyecek ve içeceklerin malzemelerini bölgeden temin etmektedirler.        | 11     | 44 | 11      | 44 | 3      | 12 |
| 16. Turistik mevsim dışında işsiz sayısı artmaktadır.                                                                   | 24     | 96 | 1       | 4  | 0      | 0  |
| 17. Bölgemizdeki kıt kaynaklar sektörler arasında dengeli bir şekilde dağıtılmıştır.                                    | 4      | 16 | 18      | 72 | 3      | 12 |
| 18. Bölgemiz insanların tüketim eğilimi turizm ile birlikte artmıştır.                                                  | 19     | 76 | 4       | 16 | 2      | 8  |
| 19. Bölge dışından yatırımcılar bu bölgeye yatırım yapmalıdırlar.                                                       | 21     | 84 | 2       | 8  | 2      | 8  |
| 20. Bölgemizde küçük ölçekli turizm işletmeleri teşvik edilmelidir.                                                     | 21     | 84 | 1       | 4  | 3      | 12 |
| 21. Bölgemizde büyük ölçekli turizm işletmeleri teşvik edilmelidir.                                                     | 15     | 60 | 9       | 36 | 1      | 4  |

\* Tamamen katılıyorum ve katılıyorum

\*\*Katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum

\*\*\* Bilgim yok

Bölgenin kıt kaynaklarının sektörler arasında ve turizm gelişiminin bölge geneline dengeli bir şekilde dağılmadığı ortak düşüncedir. Bölgedeki turizm sektörünün tarım ve sanayi sektörüne göre daha önemli bir yere sahip olduğu konusunda kararsızlık ve katılmama oranları yükselmektedir. Turizmin tarım sektörüne ne katkısı ve ne de zararı olduğu düşüncesi ağırlık kazanmaktadır.

Tarım sektöründen turizm sektörüne yatırımcı ya da işgücü olarak bir kayma olmadığı düşüncesini paylaşılanların oranı yüksektir. Turizm bölgede arsa ve bina fiyatlarını yükseltmesine rağmen genel olarak fiyatları yükseltici bir neden olarak görülmemektedir. Turizm ile altyapının iyileştiği, bölgede satılan hediyelik eşyalar bölgede üretilmediği gibi yiyecek - içecek malzemelerinin de bölge dışından geldiği, turizm ile bölge insanının tüketim eğiliminin arttığı düşünülmektedir. Küçük ölçekli turizm işletmelerinin teşvik edilmesi düşüncesi daha yüksek oranda paylaşılrken, büyük ölçekli işletmelerin de teşvik edilmesi de istenmektedir.

Nevşehir İli'nin kısaca özetlenen ekonomik yapısı dikkate alındığında bölgedeki turizm hareketlerinin il ekonomisi açısından büyük öneme sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Planlama sürecinde yapılacak araştırmalar ile turizmin bölge ekonomisine sağladığı katkılar daha iyi belirlenebilecek ve daha doğru kararların alınması sağlanacaktır.

#### **3.1.4.2. TURİZMİN BÖLGEDEKİ TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL YAPI BAKIMINDAN ÖNEMİ VE SONUÇLARI**

Ekonomik yapının değişimi, eğitim, göç, televizyon ve benzeri bir çok unsur sosyal ve kültürel yapıyı etkilemektedir. Turizmin sosyo-kültürel yapıyı ne yönde etkilediği ayrı bir araştırma konusudur ve planlama süreci için önemli bir veridir. Günümüze kadar turizm hareketlerinin bölgenin ve turizm ile uğraşan insanların sosyo-kültürel yapısına ne yönde etki ettiği konusunda bir araştırma yapılmamıştır. Nevşehir'deki kültürel değişimin boyutu ve etkenlerinin belirlenebilmesi ayrı bir araştırma konusu olabilir. Yapılan anket uygulamasında turizm yazının da çok sık belirtilen sosyo-kültürel etkiler ile ilişkili ifadeler kullanılmış ve paylaşılrpaylaşılmadığı sorulmuştur. Verilen cevaplarda turizmin kültürel etkilerinin olumsuz olarak algılanmadığı anlaşılmaktadır.

Turizm gelişiminin dışı göçü engelleyemediği yüksek oranda paylaşılrken, bölgenin göç aldığı görüşü ortada kalmaktadır. Mevcut alt-yapının turistler ile paylaşılmasının yaşam kalitelerini düşürmediği hatta turizm gelişiminin yaşam

tarzlarında olumlu gelişmeler yarattığı düşünülmektedir. Turistlere olumlu gözle bakılmakta ve misafirperverlik gösterilmektedir. Gençlerin turistlere cinsel tacizde bulunduğu ya da para ve hediye karşılığı cinsel ilişkiye girdiği kabul edilmemektedir. Bölgedeki turizm hareketlerinin bölge kültürünü olumsuz yönde etkilemediği, kültürel mirası koruma bilincini, değişik kültürleri öğrenme ve saygı duymayı artırdığı görüşü yüksek oranda paylaşılmaktadır. Gençlerin ve kadınların turizmde çalışmaya başlamasının ailelerin sosyo-ekonomik yapısını değiştirdiği, turizm ile birlikte yabancılar ile evliliklerin arttığı düşünceleri paylaşılmaktadır. Turizmin suç oranlarını ve fuhuşu artırması düşüncesi ve kültürel değerlerin ticari meta haline gelmesi ortada görünmektedir. Bu konuda daha ayrıntılı çalışmalar ihtiyaç bulunmaktadır.

**Tablo 51. Turizmin Bölgedeki Toplumsal ve Kültürel Sonuçlarının Algılanması**

| KULLANILAN İFADELER                                                                                                        | TK+K. * |    | k+tk ** |    | BY *** |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|---------|----|--------|----|
|                                                                                                                            | f       | %  | f       | %  | f      | %  |
| 1. Turizm gelişimi bölgemizden dışarıya olan göçü durdurmuştur.                                                            | 6       | 24 | 18      | 72 | 1      | 4  |
| 2. Turizm gelişimi dışarıdan bölgemize olan göçü artırmıştır.                                                              | 12      | 48 | 10      | 40 | 3      | 12 |
| 3. Turizm nedeni ile gelişen yol, su, kanalizasyon hizmetlerinden faydalanan bölge insanların yaşam kalitesi yükselmiştir. | 19      | 76 | 6       | 24 | 0      | 0  |
| 4. Mevcut yol, su, kanalizasyon hizmetlerinin turistler ile paylaşılması bölge insanların yaşam kalitesini düşürmüştür.    | 1       | 4  | 23      | 92 | 1      | 4  |
| 5. Turizm gelişimi ile bölge insanların yaşam tarzlarında olumlu gelişmeler meydana gelmiştir.                             | 19      | 76 | 2       | 8  | 4      | 16 |
| 6. Turizm gelişimi ile birlikte gençler turistleri taklit etmeye başlamışlardır.                                           | 9       | 36 | 15      | 60 | 1      | 4  |
| 7. Turizm gelişimi ile birlikte yabancılar ile evlilikler artmıştır.                                                       | 16      | 64 | 8       | 32 | 1      | 4  |
| 8. Turizm gelişimi bölgemizde fuhuşu artırmıştır.                                                                          | 7       | 28 | 16      | 64 | 2      | 8  |
| 9. Turizmin gelişimi bölgemizde suç oranlarını artırmıştır.                                                                | 6       | 64 | 17      | 68 | 2      | 8  |
| 10. Turizmle birlikte kültürel değerlerimiz ticari meta haline gelmiştir.                                                  | 11      | 44 | 11      | 44 | 3      | 12 |
| 11. Bölgemiz insanları turistlere olumlu gözle bakmamaktadırlar.                                                           | 1       | 4  | 22      | 88 | 2      | 8  |
| 12. Bölgemiz insanları turistlere çok misafirperver yaklaşmaktadır.                                                        | 19      | 76 | 3       | 12 | 3      | 12 |
| 13. Gençler turistlere sarkıntılık ederek cinsel tacizde bulunmaktadır.                                                    | 1       | 4  | 21      | 84 | 3      | 12 |
| 14. Gençler para veya hediye karşılığında turistlerle cinsel ilişkiye girmektedir.                                         | 1       | 4  | 20      | 80 | 4      | 16 |
| 15. Bölgemizdeki turizm hareketleri sosyal hayatımızı ve kültürel değerlerimizi olumsuz yönde etkilemektedir.              | 3       | 12 | 20      | 80 | 2      | 8  |
| 16. Turizm sayesinde kültürel mirası koruma bilinci artmıştır.                                                             | 22      | 88 | 3       | 12 | 0      | 0  |
| 17. Turizm sayesinde değişik kültürleri öğrenme merakı ve değişik ulusların kültürlerine olan saygı artmıştır.             | 21      | 84 | 3       | 12 | 1      | 4  |
| 18. Bölgemizde gerçekleşen turizm türü nedeni ile bölge insanları ve turistler arasındaki ilişkiler çok sınırlıdır.        | 9       | 36 | 14      | 56 | 2      | 8  |
| 19. Gençler ve kadınların turizm işletmelerinde çalışmaya başlaması ailelerin sosyo-ekonomik yapısını değiştirmiştir.      | 21      | 84 | 2       | 8  | 2      | 8  |

\* Tamamen katılıyorum ve katılıyorum

\*\*Katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum

\*\*\* Bilgim yok

### 3.1.4.3. TURİZMİN BÖLGEDEKİ ÇEVRESEL ÖNEMİ

Nevşehir'de bir yandan korumaya ilişkin olumlu gelişmeler görülürken, bazı alanlarda da apaçık bir tahribatın süregittiği gözlenmektedir.

1985 yılında "Dünya Doğal ve Kültürel Mirası"nın bir parçası ilan edilen bölgenin korunması konusunda bir fikir birliği bulunmaktadır. Ancak, kazı, araştırma ve belgelendirme yöntemleri ve kuralları, onarma, kurtarma, koruma ve değerlendirme disiplinlerini uygulayacak yeterli uzman bulunmamaktadır. Kapadokya'daki doğal oluşumlar (peribacaları gibi) tüflerin aşınması sonucu oluştuğundan her yıl iki üç santimlik bir aşınmaya maruz kalmaktadır. Peribacaları genç, erişkin ve yaşlı olmak üzere üç grupta toplanır. Bir peribacası aşınıp yok olurken diğer bir peribacası yeni oluşmaktadır. Bu döngü asırlardır böyle devam etmektedir. Eğer bir peribacasının oluşumu engellenirse yeni oluşmakta olan şekil engellenmiş olur. Ancak peribacası içinde bulunan kilise de gözden çıkarılamaz. Bu nedenle koruma dengeleri iyi kurulmalıdır. İnsanların fiziksel çevreyi etkiledikleri yollardan biri ise kaya oyma mekanlarıdır. Bunlardan en önemlileri kaya oyma limon depoları ve 250-500 kişilik kaya oyma restoranlardır. Limonluklar yöre ekonomisine önemli katkılar sağlamakta, kaya restoranlara ise turistler tarafından büyük ilgi gösterilmektedir. Ancak bu mekanların standartları ve teknik raporları bulunmamaktadır. Jeolojik ve statik açıdan ne gibi işlemler gerektirdiği bilinmemektedir<sup>378</sup>.

Kapadokya görsel bir harika olmasına rağmen bu görüntüyü bozacak bir çok faaliyet sürüp gitmektedir. Başta pomza işletmeciliği olmak üzere kum, çakıl ve taş ocakları görüntüyü kötü yönde etkilemektedir. Pomza toprağın yaklaşık bir iki metre altında bulunan bir madendir. Pomzanın çıkarılması sonucunda arazinin topoğrafyası bozulmakta, pomzayı çıkaran işletmeler pomzayı aldıktan sonra arziyi olduğu gibi bırakmaktadırlar. İlde 449 073 344 m2 pomza rezervi bulunmakta ve 100 000 ton pomza üretilmektedir. Taş, kum ve çakıl ocakları da bölgenin görünümünü etkilemektedir. Avanos ve Gülşehir arasında bulunan yolda seyahat edildiğinde Kızılırmak manzarasının kum ocakları tarafından nasıl bozulduğu görülmektedir. Taş ocakları ise tepeleri düzeltmektedir.

Kapadokya görüntüsünü bozan bir diğer sorun ise yöredeki telefon, elektrik kabloları ve direkleridir. İl Turizm Koordinasyon Kurulu Toplantılarının neredeyse

<sup>378</sup> Mevlüt COŞKUN, "Taşınmaz Kültür ve tabiat Varlıklarının Korunması ve Kapadokya'nın Önemi", **Kapadokya Toplantıları III : Kapadokya'nın Tabii-Kültürel Değerleri ve Koruma Sorunları**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Ankara, 1997, s. 10.

tamamında bu konu gündeme gelmiş ve bu hatların yer altına alınması kararı alınmış. Ancak durum hala aynen devam etmektedir.

Nevşehir'de bulunan belediyeler birbirlerine çok yakın olmasına rağmen merkezi bir çöplük yerine her yerleşim kendi çöp sorunu kendi çöplükleri ile çözümlenmiştir. Bu durum ise çirkin görünüm ve sağlıksız ortamlar oluşturmakta, koku ve sineğe neden olmaktadır. Halbuki, merkez ilçe ile diğer ilçelerin uzaklıkları 20 dakikalık bir mesafedir.

Nevşehir Belediyesi, Karayazı Mevki'inde hazineye ait 480 dönüm ve özel şahıslara ait 170 dönüm yerin istimlakından sonra çöp toplama merkezi oluşturulacağını belirtmektedir<sup>379</sup>.

Yöredeki kaya kiliselerinin tahribini engellemek amacı ile UNESCO ve Hükümetimizce Göreme'deki bazı kiliselerin fresklerini onarmak üzere ortak bir program uygulamasına başlanmıştır. Her yıl 6-7 kilisenin onarılmakta, 5-6 kilisenin freskleri yapılmakta olmasına rağmen yeterli görülmemektedir. Yerli turistler, özellikle öğrenciler peri bacalarını çizmektedirler. Peri bacalarının dış kısmında bulunan 2-3 cm.lik koruyucu tabaka zarar gördüğünde ise büyük tahribat meydana gelmektedir<sup>380</sup>. Bölgede 360 civarında kaya kilise olduğu dikkate alınırsa onarma çabalarının yetersizliği daha çarpıcı bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, Kültür Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı'nın koordineli çalışmaması nedeniyle mevcut yasaların tam anlamıyla uygulanamaması yanlış yapılaşmalara neden olmaktadır. Korumanın yetersiz olmasının diğer nedenleri ise, iktidarların sık sık değişmesi, görevlilerin tayini ve teknik eleman yetersizliğidir. Plan ve projeler hazırlanmakta ancak politik ve bürokratik engeller ile uygulamaya konulamamaktadır<sup>381</sup>.

Her yerin ayrıntı planı olmasına rağmen bunları birleştirecek 1/25.000 ölçekli planın olmaması sorun yaratmaktadır. Yerleşim ve sit alanlarının sınırlarının kesin bir şekilde çizilmemesi yerel yönetimlere büyük sıkıntılar yaratmaktadır. Mevcut ören yerleri tam anlamıyla çevre düzenlemeleri ve hizmet birimleri ile hizmete sunulamamıştır. Projelendirmeleri yapılmasına rağmen uygulamaya geçilememiştir. Ödenek ve teknik eleman yetersizlikleri nedeniyle projelerde ihale aşamasına geçilememektedir. Derinkuyu, Kaymaklı, Tatların, Özkonak, Zelve, Paşabağları, Göreme Açık Hava Müzesi gibi yerlerin çevre düzeni projeleri hazırlanmıştır. Derinkuyu, Kaymaklı, Tatların ve Göreme Açık Hava Müzesi'nde proje

<sup>379</sup> Nevşehir, Nevşehir Belediye Başkanlığı.

<sup>380</sup> Nevşehir, Nevşehir İl Kültür Müdürlüğü.

<sup>381</sup> Nevşehir, Nevşehir İl Kültür Müdürlüğü.

uygulamalarına kısmen geçilmiş ancak ödenek yetersizliğinden Paşabağları ve Zelve proje uygulamasına geçilememiştir. Bu nedenle, genel görünüm hoş olmamakta, otopark sorunu bulunmakta ve denetim ve bakım zorlaşmaktadır<sup>382</sup>.

Kent dokularını koruma konusunda ise ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Yerel yönetimlerin ve vatandaşların yeterince bilinçlendirilmemeleri nedeniyle vatandaşlar nasıl davranacaklarını bilememekte ve devlet ile mahkemelik olmaktadır. Tescilli binalar onarılırken projelendirilmeleri gerekmektedir. Projelendirme ise vatandaşlara maddi külfet getirmektedir. Maddi külfetten kaçınan insanlar ise kaçak onarıma ve yapılaşmaya gitmektedirler. Seyyar satıcılar ise kendilerine tahsis edilen ve projelendirilen alanlar olmadığı için seyir noktalarında istedikleri biçimde çirkin yapılar kurarak estetiği bozmaktadırlar.

**Hava Kirliliği;** Turizm Müdürlüğü binasında bulunan sabit ölçüm istasyonunda bütün yıl ve her gün 24 saat yapılan hava ölçüm sonucu elde verilere göre SO<sub>2</sub> ve PM (partiküler madde) kirliliği Ekim ve Mart ayları arasında kış sezonunda büyük oranda artmaktadır. Nevşehir kükürt dioksit kirliliği açısından ikinci derece iller arasındadır. Ancak bu kirlilik yerel düzeydedir. İl merkez ilçenin merkezinde yapılan bu ölçümler il geneline yaygınlaştırılabilirse, hava kirliliğinin çok daha düşük düzeyde olduğu görülebilir. Motorlu taşıtlardan kaynaklanan egsoz emisyonlarını belirlemek ve kontrol altına almak üzere merkez ilçede egsoz emisyon ölçüm istasyonu bulunmaktadır<sup>383</sup>.

**Su Kirliliği;** İlde içme ve kullanma suyu ihtiyacı yeraltı sularından sağlanmaktadır. Yeraltı suları derinkuyu açma yöntemiyle yüzeye çıkarılarak belirli bölgelerde yapılmış olan depolarda toplandıktan sonra klorlanarak şebeke kanalıyla halka sunulmaktadır. İldeki suların kontrolleri düzenli olarak Halk sağlığı laboratuvarı tarafından yapılmaktadır. Ancak, çalışmada fiziksel altyapı başlığı altında su ve kanalizasyon altyapısının durumu daha önce açıklanmıştır. Su ve kanalizasyon şebekelerinin durumunun yetersiz olduğu söylenebilir. Avanos'ta arıtma tesisi kurulmasına rağmen kanalizasyon şebekeleri tamamlanamadığı için kötü sular ırmağa akmaktadır.

**Ses Kirliliği;** Nevşehir (Tuzköy) havalimanı henüz tam anlamı ile faaliyete geçmemiştir. Havaalanının çevreye ses açısından bir etki yaratacağı açıktır. Eğlence yerlerinin otellerin bünyesinde yer alması ve eğlence gecelerinin yerleşim alanlarından uzak kaya oyma restoranlarda gerçekleşmesi nedeniyle ses kirliliği dikkat çekici bir boyutta değildir.

<sup>382</sup> Nevşehir, Nevşehir İl Kültür Müdürlüğü.  
<sup>383</sup> Nevşehir Valiliği, a.g.d., Dipnot No: 348.

**Tablo 52. Turizmin Çevresel Sonuçlarının Algılanması**

| KULLANILAN İFADELER                                                                                                                                                          | TK+K * |    | k+tk ** |    | BY *** |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|---------|----|--------|----|
| ÇEVRESEL ETKİLER İLE İLGİLİ SORULAR                                                                                                                                          | f      | %  | f       | %  | f      | %  |
| 1. Turizmin günümüze kadar ki gelişim sürecinde doğal dokunun korunmasına özen gösterilmiştir.                                                                               | 9      | 36 | 13      | 52 | 3      | 12 |
| 2. Turizm tesislerinin gelişimi bölgemizin görüntüsünü olumlu yönde değiştirmiştir.                                                                                          | 14     | 56 | 9       | 36 | 2      | 8  |
| 3. Çevreyi bozan yapılaşmalara izin verilmemiştir.                                                                                                                           | 2      | 8  | 21      | 84 | 2      | 8  |
| 4. Kaçak yapılaşma ve işgaller engellenmiştir.                                                                                                                               | 2      | 8  | 20      | 80 | 3      | 12 |
| 5. İnşaatlardan ruhsat aşamasında altyapı projeleri istenmiştir.                                                                                                             | 6      | 24 | 16      | 64 | 3      | 12 |
| 6. Daha fazla turizm geliri elde edebilmek için turizmin doğal çevreye olan olumsuz etkilerine göz yumulabilir.                                                              | 2      | 8  | 23      | 92 | 0      | 0  |
| 7. Nitelikli çevre için turistik tesis yapımı kontrol altına alınmalıdır.                                                                                                    | 24     | 96 | 0       | 0  | 1      | 4  |
| 8. Turizmin en büyük sermayesi doğal çevredir ve korunmalıdır.                                                                                                               | 24     | 96 | 0       | 0  | 1      | 4  |
| 9. Turizm gelişimi bölgede çevre kirliliğini artırmıştır.                                                                                                                    | 8      | 32 | 16      | 64 | 1      | 4  |
| 10. Bölgemizde alt yapısı olmayan çarpık bir yapılaşma mevcuttur.                                                                                                            | 19     | 76 | 4       | 16 | 2      | 8  |
| 11. Belediyelerin turizm konusunda ihtisaslaşmış teknik elemanları vardır.                                                                                                   | 0      | 0  | 24      | 96 | 1      | 4  |
| 12. Bölgemize giriş noktalarında tabelalar yerli yersiz yerleştirilmiştir ve çevrenin estetiğini bozmaktadır.                                                                | 21     | 84 | 4       | 16 | 0      | 0  |
| 13. Bölgemiz turistik bir bölge olmasına rağmen şehir içlerinde devam eden inşaatlara çirkin görüntülerini kapatmaları için hiç bir yaptırım uygulanmamaktadır.              | 19     | 76 | 5       | 20 | 1      | 4  |
| 14. Yerleşimlerin girişlerinde ve içlerinde ziyaretçilerin yollarını kolayca bulmalarını sağlayacak ve çevrenin de estetiğini bozmadan yerleştirilmiş hiç bir işaret yoktur. | 15     | 60 | 8       | 32 | 2      | 8  |
| 15. Çevre temizliği ve turistik altyapı yatırımları belediye hizmetleri üzerindeki baskıyı artırmaktadır.                                                                    | 20     | 80 | 5       | 20 | 0      | 0  |

\* Tamamen katılıyorum ve katılıyorum

\*\*Katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum

\*\*\* Bilgim yok

Nevşehir turizm bölgesinde mevcut konut potansiyelinden faydalanarak, korunmaya muhtaç konutların turizmden pay alamalarını sağlamak ve turistik çekiciliği olan yerel mimari dokuların korunmasını sağlamak yerine turizm talebinin konaklaması için yoğun bir yapılaşma içine girilmiştir. Bu nedenle korunması gerekli eski eser olarak nitelendirilen özel mülkiyetteki yapıların sağlıklı bir şekilde korunmaları ekonomik açıdan zor bir durumda kalmıştır.

Çevreyi bozan yapılaşmalar izin verilmemiştir ifadesine %84 gibi yüksek bir oran ile katılmama söz konusudur. Kaçak yapılaşma ve işgaller engellenmiştir ifadesine katılmama oranı ise %80'dir. Nitelikli çevre için turistik tesis yapımı kontrol altına alınmalıdır ifadesini paylaşım oranı %96'dır. Bölgemizde alt yapısı olmayan çarpık bir yapılaşma mevcuttur ifadesine katılım oranı ise %76'dır. Bölgemizde giriş noktalarında tabelalar yerli yersiz yerleştirilmiştir ve çevrenin estetiğini bozmaktadır ifadesine katılım oranı %84'tür. Aynı kişiler, turizmin en büyük sermayesi doğal çevredir ve korunmalıdır ifadesine %96 oranında katılmaktadır.

### 3.1.5. NEVŞEHİR TURİZM BÖLGESİNİN TURİSTİK YAŞAM DÖNEMİ VE TAŞIMA KAPASİTESİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Turizm bölgesinin yaşam döneminin hangi aşamasında olduğu hem turizm talebindeki değişimlerin hem de turistik ürünlerdeki değişimlerin incelenmesi ile iki yönlü olarak belirlenebilir.

Antik çağ yazarlarından başlayarak bir çok yazar Kapadokya hakkında sayfa sayfa yazılar yazmış, ancak hiç kimse bir masal ülkesini andıran doğal güzelliğinden, kozmik çağrışımlar yapan vadilerinden, peribacalarından söz etmemiştir. Lucas, Texier, Hamilton, Ainsworth gibi ilk seyyahların yazdıkları Kapadokya'nın tarihinde yeni bir evre açmıştır. Kapadokya'nın bugün gördüğü büyük ve evrensel ilgiye, köklü bilimsel araştırmalara, arkeolojik kazılara, koruma projelerine ve günümüzün büyük turizm canlılığına giden yol, o seyahatnamelerden kaynaklanmaktadır <sup>384</sup>. Seyahatnamelerin, Tablo 53, yayın tarihlerinden de görüldüğü gibi yörenin ziyaretçiler tarafından ilk keşfi 1720'ye kadar gerilere gitmektedir.

**Tablo 53. Kapadokya Hakkında Yazılan İlk Seyahatnameler**

|                           |                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Paul LUCAS                | Voyage du Sieur Paul Lucas Fait en M. DCCXIV, & c. Par ordre de Louis XIV. Dans la Turquie, L'asie, Sourie, Palastine, Haute et basse Egypte, & c., I. Cilt, Amsterdam , 1720.              |
| Charles TEXIER            | Asie Mineur, Description Geographique, Historique et Archeologique des Provinces et des Villes de la Chersonnese d'Asie par Charles Texier, Paris, Librairie de Firmin -Didot et CIE, 1882. |
| William J. HAMILTON       | Researches in Asia Minor, Pontus and Armenia; with some account of their antiquities and geology, II. Cilt, Londra, 1842.                                                                   |
| William Francis AINSWORTH | Travels and Researches Asia Minor, Mesopotamia, Chaldea, and Armenia, I.Cilt, Londra, 1842.                                                                                                 |

**Kaynak:** Samih RİFAT, "Gezginlerin Kapadokyası", **KAPADOKYA**, Editör: Metin SÖZEN, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998, ss. 482-512' den yararlanılarak düzenlenmiştir.

Yorgo SEFERİS'in anılarına göre bölgede, kaşifler diye adlandırılabilir ilk ziyaretçiler 1950'li yıllarda görülmeye başlamıştır <sup>385</sup>. Gazeteci ve yazar Yalçın

<sup>384</sup> Samih RİFAT, "Gezginlerin Kapadokyası", **KAPADOKYA**, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998, s. 483.

<sup>385</sup> Yorgo SEFERİS, **Kapadokya Kaya Kiliselerinde Üç Gün**, Çeviren: Samih RİFAT, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1995, s.18.

PEKŞEN gezi notlarında, köşeleri Nevşehir, Ürgüp ve Avanos ilçeleri olan Kapados Üçgeni'nin ilk kez 1960'lı yıllarda yabancılar tarafından keşfedildiğini yazar<sup>386</sup>.

1965 tarihli "Nevşehir Turizm Planlaması" adlı bir çalışmada 1965 yılı öncesine ait turist sayıları konusunda tatmin edici bilgi bulunmadığı belirtilmektedir. Aynı çalışmada Nevşehir'de turistlerin ana ziyaret merkezlerinin Hacıbektaş, Göreme ve civarı olduğu belirtilmektedir. Diğer belli başlı merkezler ise Gülşehir ve Derinkuyu'dur. Gülşehir ve Derinkuyu'yu ziyaret eden turistlerin çoğunluğu ise Göreme ve civarını ziyaret için gelen turistlerdir. Nevşehir'de 1965 yılında 527 yatak bulunmaktadır. Ancak, turistlerin konaklayabilecekleri yatak sayısı 138'dir. Nevşehir merkezinde bulunan şehir palas otelinin odalarında duş bulunmakta, diğerlerinde ise umumi banyo bulunmaktadır. Turistlerin konaklayamayacakları kalitedeki Ortahisar'daki Göreme otelinde ise, Göreme'ye yakınlığından dolayı özellikle Almanlar olmak üzere yabancı turistler konaklamaktadır<sup>387</sup>.

**Tablo 54. 1965 Yılında Nevşehir'deki Konaklama Tesisleri**

| Tesisin Adı | Tesisin Yeri | Turistik | Belediye | Oda | Yatak | İmkanlar        |
|-------------|--------------|----------|----------|-----|-------|-----------------|
| Şehir Palas | Nevşehir     |          | •        | 14  | 28    | Lokanta         |
| Tusan       | Ürgüp        | •        |          | 21  | 43    | Lokanta/Ba<br>r |
| Peri        | Ürgüp        |          | •        | 17  | 37    | Lokanta/Ba<br>r |
| Pansiyon    | Ürgüp        |          | •        | 10  | 30    | -----           |
| Toplam      |              |          |          | 62  | 138   |                 |

Kaynak: Nevşehir Turizm Planlaması, Ankara, 1965, s. 64.

Günümüzde ise 13.340 yatak kapasitesi ve 1997 yılında 469.680 konaklayan kişi sayısı ile ülkemizin önemli bir turizm merkezi haline gelen Nevşehir'de ekonomik ve sosyal yapı içerisinde turizm çok önemli bir konumdadır. Taşlanan kiliselerin onarılması, turizmin ekonomik faydalarından daha fazla yararlanılması için uğraşılmaktadır. Alman diye bilinen yabancıların milliyetleri ve dilleri öğrenilmiştir. Turistlere ikramda bulunmak isteyen yerel halkın yerini turistlere hediyelik eşya satmaya çalışan bir yerel halk almıştır. Günümüzde geleneksel noktayı çalışmada sunulan araştırma sonuçları ortaya koymaktadır.

Turizm belgeli yatak sayılarının gelişiminin yıllar itibari ile izlenmesi yatak arzı açısından bölgedeki turizm gelişiminin seyri konusunda bir fikir vermektedir. Otellerin belge tarihlerine göre düzenlenen Tablo da yıllar itibari ile otel ve yatak sayıları verilmektedir. 1985-1989 yılları arasında beş yılda 29 konaklama tesisi ile 5.208

<sup>386</sup> Yalçın PEKŞEN, **Nevşehir'den Newyork'a : Gezi Notları**, Dördüncü Basım, Varlık Yayınları, 1988, s.103.

<sup>387</sup> Nevşehir Turizm Planlaması, Ankara, 1965, s. 64.

yatak ilavesi olmuştur. Bu toplam turizm belgeli yatak sayısının % 67'sine isabet etmektedir. P.K.K terörü, Yugoslavya'nın parçalanması ve turist pazarı ülkelerde yaşanan ekonomik ve siyasi olaylar nedeni ile bazı yıllar bir önceki yıla oranla turist sayılarında azalma olsa bile genel trend turist sayılarının artmasıdır. Nevşehir'e yönelik turistik talep gelişme trendi içerisinde. Nevşehir'de açılan Tuzköy Havalimanı'nın ulaşım sorununun çözümüne sağlayacağı katkılar ve charter seferleri ile turist sayısının daha da artacağı beklenilmektedir. Birkaç kaşif turistten charter seferleri ile kitle turizmine doğru bir yöneliş bulunmaktadır.

**Tablo 54. Turizm İşletme Belgeli Yatak Sayısının Yıllara Göre Gelişimi**

| Yıllar | Tesis Sayısı | Toplam Tesis Sayısı | Yatak Sayısı | Toplam Yatak sayısı |
|--------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| 1964   | 4            | 4                   | 593 *        | 593                 |
| 1970   | 1            | 5                   | 118          | 711                 |
| 1972   | 1            | 6                   | 108          | 819                 |
| 1983   | 1            | 7                   | 473          | 1.292               |
| 1984   | 1            | 8                   | 260          | 1.552               |
| 1985   | 4            | 12                  | 694          | 2.246               |
| 1986   | 4            | 16                  | 539          | 2.785               |
| 1987   | 10           | 26                  | 2.229        | 5.014               |
| 1988   | 5            | 31                  | 1.060        | 6.074               |
| 1989   | 6            | 37                  | 686          | 6.760               |
| 1990   | 1            | 38                  | 280          | 7.040               |
| 1992   | 5            | 43                  | 589          | 7.629               |
| 1994   | 1            | 44                  | 88           | 7.717               |
| 1995   | 1            | 45                  | 104          | 7.821               |

\* 1965 tarihli "Nevşehir Turizm Planlaması" adlı çalışmada 1965 yılında 527 yatak olduğu ve bunlardan ancak 138'inin turistler için uygun olduğu belirtilmektedir. Tabloda ise 1964 yılında 682 yatak olduğu görülmektedir. Aradaki fark otelin yenilenmesinden ileri gelebilir.

Turizm taşıma kapasitesi (psikolojik, fizikse, ekonomik) bölgeye ve bölgenin değişik yerleşim birimlerine ve daha özelde çekiciliklere göre değişmektedir. Bu nedenle taşıma kapasitesinin alan ve çekicilikler düzeyinde belirlenmesine ihtiyaç vardır.

Taşıma kapasitelerinin belirlenmesi ayrı bir araştırma tasarımı gerektirdiğinden çekicilikler ve alanların fiziksel taşıma kapasitelerinin bir liste halinde sunulması ya da turistlerin memnuniyet düzeyleri ( bu da turistik işletmeler ve çekicilikler düzeyinde ayrı ayrı belirlenmelidir) ve yerel halkın memnuniyeti

konusunda somu bilgiler sunmak bu çalışmanın kapsamının çok ötesindedir. Ancak yapılan araştırmada hiç bir düzeyde taşıma kapasitesinin belirlenmediği ortaya çıkmıştır. Turizm gelişimi planlaması için her düzeyde ve türde taşıma kapasitelerinin belirlenmesi alınacak kararlar için çok önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.

**Tablo 55. Nevşehir'de Konaklayan Kişi Sayısının Gelişim Trendi**

| Yıllar | KonaklayanYabancı Sayısı | Konaklayan Yerli Sayısı | Toplam Konaklayan Sayısı |
|--------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 1985   | 92.182                   | 25.519                  | 117.701                  |
| 1986   | 112.337                  | 25.274                  | 137.611                  |
| 1987   | -                        | -                       | -                        |
| 1988   | 150.742                  | 22.155                  | 172.897                  |
| 1989   | 145.034                  | 24.389                  | 169.423                  |
| 1990   | 130.665                  | 35.794                  | 166.459                  |
| 1991   | 73.721                   | 53.231                  | 126.952                  |
| 1992   | 173.124                  | 65.785                  | 238.909                  |
| 1993   | 185.835                  | 70.191                  | 256.026                  |
| 1994   | 142.653                  | 72.230                  | 214.883                  |
| 1995   | 179.897                  | 108.673                 | 288.570                  |
| 1996   | 247.343                  | 96.485                  | 343.828                  |
| 1997   | 361.894                  | 107.786                 | 469.680                  |

Kaynak. Turizm Bakanlığı Konaklama İstatistikleri Bültenleri, 1985-1997.

### **3.2. BÖLGESEL TURİZM PLANLARININ HAZIRLANMASI: KARAR AŞAMASI**

Çalışmanın bu aşamasında tanımlayıcı ve açıklayıcı araştırma yaklaşımı ile Nevşehir Turizm Bölgesinde turizm gelişiminin amaçları, politikaları, stratejileri ve uygulama planları tanımlanmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

#### **3.2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Araştırmanın amacı; Nevşehir'deki turizm gelişiminin mevcut durumu, turizm gelişiminin amaçları ve bu amaçlara hangi yollarla ulaşılacağı ve bu gelişimi yönlendirebilecek bir turizm örgütünün bulunup bulunmadığının belirlenmesidir.

Planlı bir bölgesel turizm gelişiminde turizm ile ilgili kesimlerin ortak değerlere dayalı bir gelecek anlayışına sahip olmaları (vizyona), bu anlayışa dayalı olarak turizm bölgesinin bugünü ve geleceği ile ilgili görev bilinci edinmeleri (misyon) ve bu görev bilincine dayalı olarak amaçlara (nereye ulaşılacak ya da ne olunmak istendiği), politikalara (amaçlara ulaşmada izlenecek ilkeler), stratejilere ve nihayet uygulama planlarına sahip olmaları gerekir. Planlama sürecinin yürütülmesi ise bu süreci yürütebilecek bir kurumsal yapının varlığına bağlıdır. Çalışmada tanıtılan bölgesel turizm planlaması modeli sürecinin aşamaları temel sorulara dönüştürülerek, uygulama alanı olan Nevşehir turizm bölgesinde planlı bir gelişimin olup olmadığı ve planlamayı yürütebilecek bir örgütsel yapının varlığı belirlenmeye çalışılmıştır.

#### **3.2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Çalışmanın teorik kısmında tanıtılan modelde, bölgesel turizm planlamasının karar aşamasında amaç, politika, strateji ve somut projelerin oluşturulmasında ya da alınan kararlarda kamu ve özel sektör temsilcilerinin katılımı esas kabul edildiğinden, ilgili kesimlerde bir alan araştırması yürütülmüştür.

Çalışmanın bu kısmında bir alan araştırması tekniği olan yüzyüze görüşme tekniği uygulanmıştır. Bölgesel turizm planlaması modelinin aşamaları sorulara dönüştürülerek Nevşehir turizm bölgesinde kararları ve davranışları turizm gelişimini doğrudan etkileyen ve planlama ile ilgili oldukları varsayılan kamu kesimi yetkilileri ve turizm işletmecilerine sorulmuştur.

Araştırmada görüşme yapılacak kişiler ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşme başlangıcında yapılacak görüşmenin amacı açıklanmıştır. Görüşme

boyunca ana sorulara sadık kalınarak ek sorularla daha fazla bilgi alınmaya çalışılmıştır. Araştırmada bölgede bulunan 7 ilçe belediye başkanından 5'i (%71) ile, toplam altı kaymakamdan dört ilçe kaymakamı ve merkez ilçede vali yardımcısı olmak üzere 5 (%71) kaymakam ve vali yardımcısı ve il müdürlerinin tamamı ile görüşülmüştür. Turizm işletmecilerinden ise turizm işletme ve yatırım belgeli toplam 45 otelden 15'inin (%33) yöneticisi ile, 16 A grubu seyahat acentasından 3'ünün (%19) yöneticisi ile, 97 yeme-içme işletmesinden 9'unun (%9) yöneticisi ile ve 120 hediyeelik eşya mağazasından 8'inin yöneticisi ile görüşülmüştür. Turizm işletmecilerinden 35 kişi ve kamu kesiminden 30 kişi olmak üzere toplam 65 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan kişiler rahatsız olabilir ve dikkatleri dağılılabir düşüncesi ile teyp kullanılmamıştır. Görüşmelerde, sorulara verilen cevaplar notlar şeklinde yazılarak kaydedilmiştir. Görüşmeler 01 Şubat - 15 Mart 1999 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Her görüşme ortalama iki saat sürmüştür. Sorulan sorulara verilen cevaplar içerik analizi tekniği ile analiz edilerek, verilen cevapların içeriğine dayalı olarak geliştirilen boyutlar altında değerlendirilmiştir<sup>388</sup>.

### 3.2.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLARI

Derinlemesine görüşme tekniği çok zaman aldığından ve masraflı olduğundan ana kütleden örnekleme yapılmıştır. Özel kesimi temsilen konaklama işletmeleri, hediyeelik eşya satış mağazaları, seyahat acentaları ve yiyecek-içecek işletmeleri yöneticileri seçilmiştir<sup>389</sup>. Kamu kesimini temsilen Vali Yardımcısı, Belediye Başkanları, Kaymakamlar, değişik bakanlıkların İl Müdürleri ve bölgedeki turizm yüksek okulundan bazı akademisyenler seçilmiştir<sup>390</sup>. Araştırmada kullanılan görüşme tekniğinin özelliğinden dolayı sorular sorulurken görüşme yapılan kişiye seçenekler sunulmamıştır. Ancak verilen cevaplar belirli boyutlar altında toplanılmıştır.

Araştırmada sorulan sorulara verilen cevapların değerlendirildiği boyutlar ve cevaplardan esinlenerek bir bölgede etkin bir turizm planlamasının yürütülüp yürütülmediği belirleyecek bir ölçek zaman kısıtı nedeni ile geliştirilememiştir.

<sup>388</sup> Anket formu Ek 3'de sunulmuştur.

<sup>389</sup> Özel sektörü temsilen seçilen kişilerin isim listesi, görevleri, işletmeleri ve işletmelerinin yeri Ek 4' de sunulmuştur.

<sup>390</sup> Kamu sektörünü temsilen seçilen kişilerin isim listesi, görevleri, kurumları ve kurumlarının yeri Ek 5'de sunulmuştur.

### 3.2.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Görüşme sorularına verilen cevaplar analiz birimi olarak kabul edilmiştir. Görüşmelerde sorulan sorulara verilen cevapların analizinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

#### 3.2.4.1. TURİZM İŞLETMECİLERİ İLE İLGİLİ DEMOGRAFİK BİLGİLER

Görüşme yapılan turizm işletmeleri yöneticilerinin asıl meslekleri kendi ifadeleri ile belirtilmektedir. Turizm işletme yöneticilerinin %57'si asıl mesleklerinin turizmci olduğunu belirtmişlerdir.

**Tablo 56. Turizm İşletmecilerinin Asıl Meslekleri ve Bulundukları Görevleri**

| Asıl Meslek    | Frekans | Yüzde | Bulunduğu Görev        | Frekans | Yüzde |
|----------------|---------|-------|------------------------|---------|-------|
| Turizmci       | 20      | 57    | Genel Müdür            | 8       | 22    |
| Çanakçı        | 2       | 6     | İşletme Müdürü         | 3       | 8     |
| Şoför          | 1       | 3     | Genel Müdür Yardımcısı | 2       | 5     |
| Müzişyen       | 2       | 6     | Sahip-İşletme Müdürü   | 3       | 8     |
| Muhasebeci     | 2       | 6     | Sahip -Yönetici        | 7       | 20    |
| Kamu İdarecisi | 1       | 3     | Ortak-Yönetici         | 5       | 14    |
| Şarapçılık     | 1       | 3     | Yönetici               | 2       | 5     |
| Emekli Albay   | 1       | 3     | Personel Müdürü        | 1       | 3     |
| Yönetici       | 4       | 11    | Muhasebe Müdürü        | 1       | 3     |
| Esnaf          | 1       | 3     | İdari Müdür            | 1       | 3     |
|                |         |       | Ortak-İşletme Müdürü   | 1       | 3     |
|                |         |       | Ön Büro Müdürü         | 1       | 3     |
| Toplam         | 35      | 100   |                        | 35      | 100   |

n: 35 Frekans: Tekrar Sayısı

Turizm işletmecilerinin eğitim düzeyleri %40 orta okul ve lise, %60 lisans ve yüksek lisansdır. Bir kişinin iktisat bölümünde yüksek lisans eğitimi bulunmaktadır. Lise mezunu olanların 4'ü turizm lisesi, 1'i ticaret lisesi ve 8'i düz liseden mezundur. Lisans eğitimi alanların bölümleri ise Tablo 57'de gösterilmektedir. Lisans eğitimi alanların %30'u turizm işletmeciliği ve otelcilik, %25'i işletmecilik eğitimi almıştır. Ankete katılan işletmecilerin %97'si lise ve yüksek öğrenim görmüş kişilerdir.

**Tablo 57. Turizm İşletmecilerinin Eğitim Düzeyleri**

| Eğitim Düzeyi | Frekans | Yüzde | Lisans Bölüm        | Frekans | Yüzde |
|---------------|---------|-------|---------------------|---------|-------|
| İlk Okul      | -       | -     | Müzik               | 1       | 5     |
| Orta Okul     | 1       | 3     | İşletme             | 5       | 25    |
| Lise          | 13      | 37    | Kamu İdaresi        | 1       | 5     |
| Lisans        | 20      | 57    | Yabancı Dil         | 3       | 15    |
| Yüksek Lisans | 1       | 3     | Harp Akademisi      | 1       | 5     |
| Doktora       | -       | -     | Klasik Arkeoloji    | 1       | 5     |
|               |         |       | Turizm ve Otelcilik | 6       | 30    |
|               |         |       | İktisat             | 1       | 5     |
|               |         |       | İnşaat Mühendisliği | 1       | 5     |
| Toplam        | 35      | 100   | Toplam              | 20      | 100   |

n: 35 Frekans: Tekrar Sayısı

Ankete katılan turizm işletmecilerinin %97'sini erkekler oluşturmaktadır. Ankete katılan 35 kişiden sadece biri (%3) kadındır. Ankete katılan işletme yöneticilerinin %91'i 20-49 yaş arasındadır.

**Tablo 58. Turizm İşletmecilerinin Yaşa ve Cinsiyete Göre Dağılım**

| Yaş Grupları | Frekans | Yüzde | Cinsiyeti | Frekans | Yüzde |
|--------------|---------|-------|-----------|---------|-------|
| 15-19        | -       | -     | Erkek     | 34      | 97    |
| 20-24        | 2       | 6     | Kadın     | 1       | 3     |
| 25-29        | 3       | 9     |           |         |       |
| 30-34        | 6       | 17    |           |         |       |
| 35-39        | 13      | 37    |           |         |       |
| 40-44        | 4       | 11    |           |         |       |
| 45-49        | 4       | 11    |           |         |       |
| 50 ve üzeri  | 3       | 9     |           |         |       |
| Toplam       | 35      | 100   | Toplam    | 35      | 100   |

n: 35 Frekans: Tekrar Sayısı

Turizm işletmecilerinin %68'i on yıldan fazla bir süredir Nevşehir'de bulunmaktadır. Beş yıldan daha kısa süre Nevşehir'de bulunanlar sadece 6 kişi (%17) dir. Aynı görevde 5 yıl ve daha fazla süredir bulunanların oranı ise %77'dir. Bu bilgiler ankete katılan kişilerin yörenin turizm ile ilgili sorunlarına vakıf olabilme olasılığını artırmaktadır.

**Tablo 59. Turizm İşletmecilerinin Nevşehir'de ve Görevde Bulunduğu Süre**

| Yıl (A)*    | Frekans | Yüzde | Yıl (B)**   | Frekans | Yüzde |
|-------------|---------|-------|-------------|---------|-------|
| 1           | -       | -     | 1           | 1       | 3     |
| 2           | 2       | 6     | 2           | 5       | 14    |
| 3           | 2       | 6     | 3           | 3       | 9     |
| 4           | 2       | 6     | 4           | 4       | 11    |
| 5           | -       | -     | 5           | 4       | 11    |
| 6           | 2       | 6     | 6           | 2       | 6     |
| 7           | -       | -     | 7           | 2       | 6     |
| 8           | 3       | 9     | 8           | 4       | 11    |
| 9           | -       | -     | 9           | -       | -     |
| 10-15       | 6       | 17    | 10-15       | 8       | 23    |
| 16-20       | 1       | 3     | 16-20       | 1       | 3     |
| 21-25       | 1       | 3     | 21-25       | 1       | 3     |
| 26 ve üzeri | 16      | 45    | 26 ve üzeri | -       | -     |
| Toplam      | 35      | 100   | Toplam      | 35      | 100   |

n: 35 Frekans: Tekrar Sayısı

\*A: Nevşehir'de Bulunduğu süre \*\*B: Görevde Bulunduğu Süre

Ankete katılan turizm işletmeleri yöneticilerinin %97'si yabancı dil bilmektedir. En az iki dil bilenlerin oranı %34, en az üç dil bilenlerin oranı ise %9'dur. Sadece bir kişi (%3) yabancı dil bilmemektedir. Görevleri gereği yabancı turistler ile ilişki içinde olan bu kişilerin turistlerin bölge hakkındaki düşünceleri konusunda bilgi sahibi olmalarının olasılığı yüksektir.

**Tablo 60. Turizm İşletmecilerinin Bildikleri Yabancı Diller**

| Yabancı Dil                    | Frekans | Yüzde |
|--------------------------------|---------|-------|
| Yok                            | 1       | 3     |
| İngilizce                      | 18      | 51    |
| Almanca                        | 1       | 3     |
| Fransızca                      | -       | -     |
| İngilizce -Almanca             | 5       | 14    |
| İngilizce - Fransızca          | 4       | 11    |
| Almanca - Fransızca            | 1       | 3     |
| İngilizce -İtalyanca           | 1       | 3     |
| Fransızca - İtalyanca          | 1       | 3     |
| Almanca- Fransızca-İngilizce   | 2       | 6     |
| Fransızca-İspanyolca-İngilizce | 1       | 3     |
| Toplam                         | 35      | 100   |

n: 35 Frekans: Tekrar Sayısı

**3.2.4.2. KAMU KESİMİ PERSONELİ İLE İLGİLİ DEMOGRAFİK BİLGİLER**

Kamu kesiminde görevli kişiler ile ilgili demografik bilgiler aşağıdaki gibidir. Tablo 61'de görüşme yapılan kamu kesimi görevlilerinin asıl meslekleri ve şu an bulundukları görevleri sunulmaktadır.

**Tablo 61. Kamu Kesimi Görevlilerinin Asıl Meslekleri ve Bulundukları Görevleri**

| Asıl Meslek      | Frekans | Yüzde | Bulunduğu Görev        | Frekans | Yüzde |
|------------------|---------|-------|------------------------|---------|-------|
| Halkla İlişkiler | 1       | 3     | Fakülte Dekanı         | 1       | 3     |
| Öğretmen         | 2       | 7     | Vali Yardımcısı        | 1       | 3     |
| Serbest Ticaret  | 2       | 7     | Kaymakam               | 4       | 13    |
| Öğretim Elemanı  | 4       | 14    | Belediye Başkanı       | 5       | 17    |
| Kamu Yönetimi    | 5       | 17    | Genel Sekreter         | 1       | 3     |
| Memmur           | 7       | 23    | Müdür                  | 6       | 20    |
| Avukat           | 1       | 3     | İl Genel Meclisi Üyesi | 1       | 3     |
| İmam Hatip       | 1       | 3     | Memur                  | 2       | 7     |
| Turizmci         | 1       | 3     | Belediye Avukatı       | 1       | 3     |
| Emekli Asker     | 1       | 3     | Öğretim Elemanı        | 3       | 10    |
| Paleoantropolog  | 1       | 3     | İl Müdürü              | 3       | 10    |
| İnşaat Mühendisi | 2       | 7     | İl Müdürü Yardımcısı   | 1       | 3     |
| Ziraat Mühendisi | 1       | 3     | Harita Mühendisi       | 1       | 3     |
| Harita Mühendisi | 1       | 3     |                        |         |       |
| Toplam           | 30      | 100   | Toplam                 | 30      | 100   |

n: 30 Frekans: Tekrar Sayısı

Kamu kesiminde görevli kişilerin %84'ü üniversite mezunudur. Bir kişi işletmecilik ön lisans mezunudur. Beş kişi ise turizm işletmeciliği, sanat tarihi, pazarlama, paleoantropology, kamu yönetimi konularında yüksek lisans eğitimi almıştır. Biri uluslararası iktisat ve diğeri çokuluslu turizm işletmeleri olmak üzere iki kişi doktora derecesine sahiptir. Lisans düzeyinde eğitim alanların bölümleri Tablo 62'de

sunulmaktadır. Özel sektöre (%60) göre kamu sektöründe (%84) üniversite düzeyinde eğitimi olanlar daha yüksek orandadır.

**Tablo 62. Kamu Kesimi Görevlilerinin Eğitim Düzeyleri**

| Eğitim Düzeyi | Frekans | Yüzde | Lisans Bölüm           | Frekans | Yüzde |
|---------------|---------|-------|------------------------|---------|-------|
| İlk Okul      | 1       | 3     | Halkla İlişkiler       | 1       | 6     |
| Orta Okul     |         |       | Türkçe                 | 1       | 6     |
| Lise          | 4       | 13    | Hukuk                  | 3       | 18    |
| Ön Lisans     | 1       | 3     | Almanca                | 2       | 12    |
| Lisans        | 17      | 57    | Kamu Yönetimi          | 2       | 12    |
| Yüksek Lisans | 5       | 17    | Tarih                  | 1       | 6     |
| Doktora       | 2       | 7     | İnşaat Mühendisliği    | 2       | 12    |
|               |         |       | İşletme                | 1       | 6     |
|               |         |       | Ziraat Mühendisliği    | 1       | 6     |
|               |         |       | İktisat                | 1       | 6     |
|               |         |       | Uluslararası İlişkiler | 1       | 6     |
|               |         |       | Harita Mühendisliği    | 1       | 6     |
| Toplam        | 30      | 100   | Toplam                 | 17      | 100   |

n: 30 Frekans: Tekrar Sayısı

Kamu kesiminde görevli kişilerin %60'ı kırk yaşın üzerindedir. Görüşme yapılan kişilerin %97'si erkek ve %3'ü kadındır. Özel sektörde çalışanlar daha genç kişilerden oluşmaktadır.

**Tablo 63. Kamu Kesimi Görevlilerinin Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı**

| Yaş Grupları | Frekans | Yüzde | Cinsiyeti | Frekans | Yüzde |
|--------------|---------|-------|-----------|---------|-------|
| 15-19        | -       | -     | Erkek     | 29      | 97    |
| 20-24        | 1       | 3     | Kadın     | 1       | 3     |
| 25-29        | 2       | 7     |           |         |       |
| 30-34        | 8       | 27    |           |         |       |
| 35-39        | 1       | 3     |           |         |       |
| 40-44        | 5       | 17    |           |         |       |
| 45-49        | 7       | 23    |           |         |       |
| 50 ve üzeri  | 6       | 20    |           |         |       |
| Toplam       | 30      | 100   | Toplam    | 30      | 100   |

n: 30 Frekans: Tekrar Sayısı

Aynı görevde beş yıl ve altında olanların oranı %77'dir. Beş yıl ve daha altında bir süredir Nevşehir'de bulunanların oranı ise %43'tür. Özel sektörde sahip yöneticilerin çokluğu bölgede kalış süresini uzatmaktadır. Ancak kamu kesimi görevlilerinden bölgede altı yıl ve daha üzerinde bir süre bulunanların oranı %57'dir. Bu ise kamu kesiminin bölgenin turizm ile ilgili sorunlarına vakıf olma olasılığını artırmaktadır.

**Tablo 64. Nevşehir'de Bulunduğu Süre ve Görevde Bulunduğu Süre**

| Yıl (A)*    | Frekans | Yüzde | Yıl (B)**   | Frekans | Yüzde |
|-------------|---------|-------|-------------|---------|-------|
| 1           | 5       | 17    | 1           | 5       | 17    |
| 2           | 1       | 3     | 2           | 3       | 10    |
| 3           | 1       | 3     | 3           | 3       | 10    |
| 4           | 3       | 10    | 4           | 5       | 17    |
| 5           | 3       | 10    | 5           | 6       | 20    |
| 6           | 1       | 3     | 6           | 1       | 3     |
| 7           | 2       | 7     | 7           | -       | -     |
| 8           | 2       | 7     | 8           | 1       | 3     |
| 9           | -       | -     | 9           | 2       | 7     |
| 10-15       | 3       | 10    | 10-15       | 4       | 13    |
| 16-20       | -       | -     | 16-20       | -       | -     |
| 21-25       | -       | -     | 21-25       | -       | -     |
| 26 ve üzeri | 10      | 33    | 26 ve üzeri | -       | -     |
| Toplam      | 30      | 100   | Toplam      | 30      | 100   |

n: 30 Frekans: Tekrar Sayısı

\* A: Nevşehir'de Bulunduğu Süre \*\* Görevde Bulunduğu Süre

Yabancı dil bilenlerin oranı %77'dir. Özel sektöre göre (%3) yabancı dil bilmeyenlerin oranı (%23) daha yüksek çıkmaktadır. Bir yabancı dil bilenlerin en az yarısı ise yabancı dil düzeylerini idare eder olarak belirtmişlerdir.

**Tablo 65. Kamu Kesimini Temsil Edenlerin Bildikleri Yabancı Diller**

| Yabancı Dil                | Frekans | Yüzde |
|----------------------------|---------|-------|
| Yok                        | 7       | 23    |
| İngilizce                  | 13      | 43    |
| Almanca                    | 3       | 10    |
| Fransızca                  | 2       | 7     |
| Rusça                      | 1       | 3     |
| İngilizce -Almanca         | 2       | 7     |
| İngilizce - Fransızca      | 1       | 3     |
| İngilizce -Almanca- Arapça | 1       | 3     |
| Toplam                     | 30      | 100   |

n: 30 Frekans: Tekrar Sayısı

### 3.2.4.3. KAMU KESİMİNİN CEVAPLARININ İÇERİKLERİ

Nevşehir'in turizm gelişimi açısından güçlü yönlerinin neler olduğuna ilişkin sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 66'da sunulmaktadır. Bölgenin doğal ve kültürel çekicilikleri boyutunda (%92) toplanan ifadeler şunlardır: Doğal ve kültürel çekiciliklerin bir bütün olarak burada bulunması (%52), bölgenin çekiciliklerinin eşi benzeri ve rakibi olmaması (%17), bölgenin Hristiyanlığın merkezi olması (%12) ve bölgenin çekiciliklerinin korunmuş olmasıdır (%10). Nevşehir'in turizm gelişimindeki en güçlü yön; sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikler olarak görülmektedir. İşletmecilik, hizmet kalitesi ya da talep ile ilgili ifadelerin oranı (%8) çok düşük kalmaktadır.

**Tablo 66. Nevşehir'in Turizm Gelişiminde Güçlü Olduğu Yönler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                       | F   | %   |
|-----------------------------------------------------|-----|-----|
| Bölgenin Doğal ve Kültürel Çekicilikleri            | 44  | 92  |
| Bölgedeki Yatak Kapasitesinin Yeterliliği           | 2   | 4   |
| Bölgeye Yönelik Pazarın Hristiyanlardan Oluşması    | 1   | 2   |
| Kültür Turizminin Dünyada Gelişme Eğiliminde Olması | 1   | 2   |
| Toplam                                              | 48* | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Nevşehir'in turizm gelişiminde eksiklikleri ya da zayıf kaldığı yönleri belirlemeye yönelik soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 67'de sunulmaktadır. Bölgede sunulan turizm hizmetlerinin kalitesinin düşüklüğü (%20) dikkat çekicidir. Plansız turizm gelişiminin %16 gibi bir oranla ikinci sırada yer alması kamu kesiminde görevli kişilerin temel bir sorunun farkında olduklarını göstermesi açısından önemlidir.

**Tablo 67. Nevşehir'in Turizm Gelişiminde Zayıf Kaldığı Yönler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                      | F  | %   |
|----------------------------------------------------|----|-----|
| Turizm İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Düşüklüğü | 10 | 20  |
| Plansız Turizm Gelişimi                            | 8  | 16  |
| Alt-Yapı Yetersizliği                              | 8  | 16  |
| Tanıtım Yetersizliği                               | 7  | 14  |
| Nitelikli İşgücü Yetersizliği                      | 6  | 12  |
| Doğanın Yeterince Korunmaması                      | 6  | 12  |
| Turizm Bilinci Eksikliği                           | 4  | 8   |
| Eğlence İmkanlarının Yetersizliği                  | 2  | 4   |
| Toplam                                             | 52 | 102 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Nevşehir'de turizm gelişimini tehdit eden sorunları belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 68'de sunulmaktadır.

**Tablo 68. Nevşehir Turizm Gelişimini Tehdit Eden Sorunlar**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                   | F  | %   |
|-----------------------------------------------------------------|----|-----|
| Doğal ve Kültürel Değerlerin Korunamaması ve İyileştirilememesi | 28 | 31  |
| Pazarlama Eksiklikleri                                          | 27 | 30  |
| Turizmin Ekonomik Faydalarının Adil Paylaşılması                | 15 | 16  |
| Turizm Bilinci Eksikliği                                        | 10 | 11  |
| İşletmecilik ile İlgili olanlar                                 | 7  | 8   |
| Alt-Yapı ile İlgili Sorunlar                                    | 4  | 4   |
| Toplam                                                          | 91 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Doğal ve kültürel değerlerin korunamaması ve iyileştirilememesi boyutu; 1/25.000 lik çevre düzeni planı olmaması (%10), koruma ve geliştirme projelerinin olmaması (%7), sit alanları ile ilgili çatışmalar (%3), plan ve projelerin politik engeller ile uygulanamaması (%1), ödenek yetersizliğinden projelerin ihale edilememesi (%1), kaçak yapılaşmanın önlenememesi (%1), kültür envanterinin çıkarılamamış olması (%1), restorasyonların yapılamaması (%1), müzelerde yoğunlaşma (%3), çekirdek Kapadokya'da yoğunlaşma (%1), çevrecilik konusunda gönüllü kuruluşların yetersizliği (%2) olarak ifade edilmektedir.

Pazarlama boyutu (%30) ile ilgili olarak; günü kurtarma düşüncesi (%7), komisyonların yüksekliği ( %1), aynı malın fiyatlarının mağazadan mağazaya değişmesi (%7), aşırı fiyat rekabeti (%2), dış turizme aşırı bağımlılık (%3), pazarlama kanallarında tur operatörü ve acentalara bağımlılık (%3), siyasal olayların talep üzerine olumsuz etkileri (%3), yüksek komisyonların yarattığı olumsuz imaj (%2), turistlerin kandırılması (%2) ifadeleri kullanılmaktadır.

Turizmin ekonomik faydalarının adil paylaşılmaması boyutu(%16); turizm gelişiminin bölgeye dengeli dağılmaması (%4), turistlerin anlaşmalı mağazalara götürülmesi (%2), bölgenin satış merkezi haline gelmesi ve birkaç mağazadan alışveriş (%2), geneli geliştirerek pay almak yerine kendini düşünme (%3), halkın ihtiyaçlarının dikkate alınmaması (%4), bölge içinde ilçeler arası rekabet (%1) olarak ifade edilmektedir.

Turizm bilinci boyutu (%11) turizm bilinci yok, işletmecilik sorunları ile ilgili boyutu (%8); önüne gelen acenta ve otel açıyor işletemiyor gibi ifadeler ile tanımlanmaktadır. Alt-yapı ile ilgili sorunlar boyutu (%4); kanalizasyon sularının vadilere akması (%2) ve çöplerin turistik yolların kenarlarına dökülmesi (%2) olarak ifade edilmektedir.

Turizm açısından Nevşehir'de varolan ancak kullanılamayan fırsatları belirlemeye yönelik soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 69'da sunulmaktadır. Turistik talep potansiyeli boyutu (%23) ile ilgili ifadeler iç turizmin geliştirilmesi için çaba olmaması (%20) ve işletmecilerinin aracısız olarak pazarlara ulaşamamasıdır (%3). Turistik arz potansiyeli boyutu (%77); Kozaklı termal kaynaklarından yeterince yararlanılamaması (%18), uzun süreli turlar yerine kısa süreli turlar düzenlenmesi (%13), ziyarete açılmamış yeraltı şehirleri (%13), eğlence faaliyetlerinin azlığı (%11), Kızılırmaktan rekreatif amaçlı olarak yararlanılamaması (%7), tarihi Türk eserlerinden yararlanılamaması (%7), mevcut ören yerlerinin tam anlamı ile çevre düzenleri ve hizmet birimleri ile hizmete

sunulamaması (%4), turizm eğitimi almış kişilerin işgücü olarak değerlendirilememesi (%2), Niğde ve Kayseri çekiciliklerinden yararlanılamaması (%2) ifadeleri kullanılmaktadır.

**Tablo 69. Nevşehir Turizm Gelişiminde Kullanılamayan Fırsatlar**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ | F  | %   |
|-------------------------------|----|-----|
| Turistik Talep ile ilgili     | 10 | 23  |
| Turistik Arz ile ilgili       | 34 | 77  |
| Toplam                        | 44 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Nevşehir'de turizm gelişiminin amaçlarını belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 70'de sunulmaktadır. Turizm gelişiminin amaçları olarak ekonomik kalkınmayı sağlamak boyutu (%34); ekonomik kalkınma için turizmin geliştirilmesi (%19), turist sayısının artırılarak daha çok döviz elde edilmesi (%12), turizmin olumlu etkilerinin artırılması (%3) ifadelerinden oluşmaktadır. Doğal ve kültürel değerlerin korunması ve geliştirilmesi boyutu (%28); doğanın korunması (%25) ve kültürel faaliyetlerin geliştirilmesidir (%3). Doğal ve kültürel çekicilikleri tanıtmak boyutu (%16); tanıtım (%6) ve doğal ve kültürel çekiciliklerin tanıtımı (%10) amaçlarıdır. Yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek boyutu halkın turizmin faydaları konusunda bilinçlendirilmesi (%16) amacından oluşmaktadır. Ayrıca yabancı milletler ile tanışma ve dostluk (%3) turizm gelişimin amaçları olarak belirtilmiştir. Turistler ile ilgili olanlar boyutu (%3); turistlerin memnun edilmesi (%3) amacı oluşturmaktadır. Turistlerin memnun edilmesi bir kez belirtilirken yerel halkın rekreatif imkanlardan yararlandırılması gibi yerel halka yönelik ifadeler kullanılmamaktadır.

**Tablo 70. Nevşehir Turizm Gelişimde Ulaşılabilecek Amaçlar**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                           | F  | %   |
|---------------------------------------------------------|----|-----|
| Ekonomik Kalkınmayı Sağlamak                            | 11 | 34  |
| Doğal ve Kültürel Çekicilikleri Korunmak ve Geliştirmek | 9  | 28  |
| Doğal ve Kültürel Çekicilikleri Tanıtmak                | 5  | 16  |
| Yerel Halkı Turizm Konusunda Bilinçlendirmek            | 5  | 16  |
| Yabancı Milletler ile Tanışma ve Dostluk                | 1  | 3   |
| Turistleri Memnun Etmek                                 | 1  | 3   |
| Toplam                                                  | 32 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Belirtilen amaçlara ulaşmak için izlenmesi gerekli yol ya da sadık kalınması gerekli ilkelerin neler olduğunu belirlemeye yönelik sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 71'de sunulmaktadır. Planlı gelişim ilkesi boyutu (%43); kontrollü ve planlı gelişim (%21) herşeyin devletten beklenilmemesi (%8), herkesin sorumluluk kabul etmesi (%6), özel sektörün örgütlenmesi (%6) ve ortak düşünce geliştirilmesi (%2) ilkelerinden oluşmaktadır.

Doğal ve kültürel değerlerin korunarak geliştirilmesi politikası (%29) doğal, kültürel ve tarihi değerlerin ciddi bir şekilde korunması (%15), koruma - kullanma dengesinin gözetilmesi (%8), turizmin sadece ekonomik bir olay olarak görülmemesi (%4), sürdürülebilirlik kavramına sadık kalınması (%2) ile ifade edilmektedir.

Pazarlama eğilimi ile ilgili boyutu (%16) turistlerin memnun edilmesi (%8), önce hizmet (%8) ifadeleri oluşturmaktadır.

Tek sektöre yoğunlaşmama ve ekonomik faydaların halka yayılması boyutu (%12); yerel halka ekonomik katkıların artırılması (%6), sadece turizme yoğunlaşmaması ve diğer sektörlerin de desteklenmesi (%6) ilkelerinden oluşmaktadır.

**Tablo 71. Nevşehir Turizm Gelişiminde Sadık Kalınacak İlkeler (Politikalar)**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                          | F  | %   |
|------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| Planlı Turizm Gelişimi İlkesi                                          | 22 | 43  |
| Doğal ve Kültürel Değerleri Koruma - Kullanma İlkesi                   | 15 | 29  |
| Pazarlama Eğilimi İlkesi                                               | 8  | 16  |
| Tek Sektöre Yoğunlaşmama ve Ekonomik Faydaların Halka Yayılması İlkesi | 6  | 12  |
| Toplam                                                                 | 51 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Belirtilen sorunları çözmek ve öngörülen hedeflere ulaşmak için neler yapılabilir sorusuna verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 72'de sunulmaktadır. Eğitim ve öğretim boyutunu (%34); yerel yönetimler ve halkın doğal ve kültürel varlıkların korunması konusunda bilinçlendirilmesi (%14), turizm bilincinin geliştirilmesi (%8), rehberlerin eğitilmesi (%7) ve nitelikli işgücü yetiştirilmesi (%5) önerileri oluşturmaktadır.

Planlama boyutunda (%21); turizm politikasının belirlenmesi (%11) ve 1/25.000 ölçekli çevre düzeni planı yapılması (%10) önerileri yer almaktadır.

Pazarlama boyutu (%21) ile ilgili olarak eğlence yerlerinin artırılması (%10) münferit turist sayısının artırılması (%5), işletmelerin kendi acentalarını kurmaları (%3), Asya pazarlarına yönelmesi (%3) ifadeleri yer almaktadır.

Örgütlenme boyutunda (%17) özel sektörün kendi içinde örgütlenmesi (%7), Türkiye Otelciler Birliği ve Türkiye Rehberler Birliği yasalarının çıkarılması (%5) Turizm Bakanlığı teşkilat yasasının çıkarılması (%2), devlet ile ilişkilerde soğuk yapıların sıcak ilişkilere dönüştürülmesi (%2), turizm il müdürlüğünün daha iyi çalışması için araç-gereç ve mali yönde desteklenmesi (%1) önerileri yer almaktadır.

Doğal ve kültürel değerleri koruma boyutu ile ilgili olarak (%7) yerel dokuyu eski halinde korumak için pansiyonculuğu geliştirilmesi (%3) turistik yerlerde ağır taşıt trafiğinin engellenmesi (%2), çevrecilik konusunda gönüllü kuruluşlar kurulması (%2) önerileri bulunmaktadır.

**Tablo 72. Nevşehir Turizm Gelişiminde İzlenecek Stratejiler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ      | F  | %   |
|------------------------------------|----|-----|
| Eğitim ve Öğretim                  | 20 | 34  |
| Planlama                           | 12 | 21  |
| Pazarlama                          | 12 | 21  |
| Örgütlenme                         | 10 | 17  |
| Doğal ve Kültürel Değerleri Koruma | 4  | 7   |
| Toplam                             | 58 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görülmüş kişi sayısını geçmektedir.

Somut proje önerilerini belirlemeye yönelik sorulara verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 73'de sunulmaktadır. Turizm bilinci konusunda üniversitenin seminerler düzenlemesi (%29), doğal ve kültürel değerlerin envanterinin çıkarılması (%20) ve merkezi çöp toplama deposu kurulması (%17) en sık tekrar edilen projelerdir.

**Tablo 73. Nevşehir Turizm Gelişiminde Uygulanacak Projeler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                                                        | F  | %   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| Turizm Bilinci Konusunda Üniversite Seminerler Düzenlemesi                                           | 10 | 29  |
| Doğal ve Kültürel Varlıkların Envanterinin Çıkarılması                                               | 7  | 20  |
| Merkezi Çöp Toplama Deposu Kurulması                                                                 | 6  | 17  |
| Master Planının Güncelleştirilmesi                                                                   | 4  | 11  |
| Özel Mülkiyete Ait Tescilli Binaların Koruma Projelerinin Hazırlanması ve Mülk Sahiplerine Verilmesi | 4  | 11  |
| Uluslararası Çevrecilik Kuruluşları ile İşbirliğine Gidilmesi                                        | 2  | 6   |
| Milli Park Master Planı Hazırlanması                                                                 | 1  | 3   |
| Sorunların Tespit Edilip Önceliklerin Belirlenmesi                                                   | 1  | 3   |
| Toplam                                                                                               | 35 | 100 |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görülmüş kişi sayısını geçmektedir.

Mevcut turizm örgütlenmesinin durumunu belirlemeye yönelik olarak, mevcut turizm örgütlenmesinin Nevşehir turizm gelişiminde yaşanan sorunları çözebileceğine inanıyor musunuz sorusuna 26 kişi hayır (% 87) ve 4 kişi belki (%13) diye cevap vermiştir. Evet çözebilir cevabı bulunmamaktadır.

**Tablo 74. Nevşehir'de Mevcut Turizm Örgütlenmesinin Durumu**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                                 | F         | %          |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Koordinasyon eksikliği var                                                    | 8         | 15         |
| İnsanlar sorumluluklarından kaçıyorlar                                        | 5         | 10         |
| Yasa var ama uygulamada eksiklik var                                          | 5         | 10         |
| Siyasi nedenler ile atamalar yapılmaktadır                                    | 5         | 10         |
| Mevzuat karışıklığı var                                                       | 3         | 5          |
| Nasıl geldiyse öyle gitsin bizim dönemimizde sorun çıkmasın yaklaşımı var     | 3         | 5          |
| Teknik eleman yetersiz                                                        | 3         | 5          |
| Örgütlenme yetersiz                                                           | 2         | 4          |
| Kamu ve özel kesim arasında işbirliği eksik                                   | 2         | 4          |
| İktidar sık sık değişiyor                                                     | 2         | 4          |
| Mevcut örgüt sistemi ve hukuki yapı yetersiz                                  | 2         | 4          |
| Ülkenin genel sorunları ile aynı                                              | 1         | 2          |
| Hantal yapı                                                                   | 1         | 2          |
| Turizm İl Müdürlüğü yetkisiz                                                  | 1         | 2          |
| Turizm Bakanlığı'nın teşkilat yasası bile yok                                 | 1         | 2          |
| Danışma müdürlüklerinin görev, yetki ve sorumlulukları ile ilgili mevzuat yok | 1         | 2          |
| Oy kaygıları ile doğru kararlar alınamamaktadır                               | 1         | 2          |
| Kişisel gayretlere kalmış                                                     | 1         | 2          |
| Görev-yetki karmaşası var                                                     | 1         | 2          |
| Kimin ödeneği gelirse o yapsın deniliyor                                      | 1         | 2          |
| Yetkililer bürokratik işlerin içinde boğuluyor                                | 1         | 2          |
| Çok sahipli sahipsizlik var (Sorumluluklar parçalanmış)                       | 1         | 2          |
| Kamuda gereksiz kadrolar var                                                  | 1         | 2          |
| Sistem kötü değil ama işletilemiyor                                           | 1         | 2          |
| Sorunlar biliniyor, ne yapılacağı biliniyor, yapacak irade yok                | 1         | 2          |
| <b>Toplam</b>                                                                 | <b>55</b> | <b>104</b> |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Mevcut örgütsel yapının turizm gelişiminin sorunlarını çözmek için yeterli olmadığı düşüncesi ortak görüş olarak ortaya çıkmaktadır. Hayır diyenlerin gerekçeleri ise Tablo 74'de sıralanmaktadır. Belki diyenler ise mevcut örgütsel ve hukuki yapının işletilememesini gerekçe olarak göstermektedirler. Yani belki cevabı da bir bakıma hayır anlamı taşımaktadır.

Koordinasyon eksikliği (%15), insanların sorumluluklarından kaçması (%10), yasalara rağmen uygulamalarda eksiklik olması (%10) ve siyasi nedenler ile atamalar yapılması (%10) mevcut örgütsel sorunlar içinde %45 gibi bir oran ile önde gelmektedir. Diğer sorunlar ise ilk dört soruna dahil edilebilecek niteliktedir.

Nevşehir bölgesinde oluşturulabilecek bir örgütün yapısını belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 75'de sunulmaktadır. Özel sektörün kendi içinde örgütlenmesi ve kendini denetlemesi %28 ile cevaplar içinde en büyük payı almaktadır. Örgütlerde görev alacak kişilerin niteliklerine göre görevlendirilmesinin gerekliliği (%21) bunu izlemekte ve turizm ile ilgili bakanlıklar arasında koordinasyon kurulları (%15) kurulması üçüncü sırada yer almaktadır. Turizm Bakanlığı teşkilat yasası çıkarılmalıdır ifadesini kullanan kişilere bu ifadenin anlamı sorulduğunda bakanlığın liyakat sistemine göre tekrar yapılanması gerektiğini belirtmişlerdir. Kamu ve özel sektörün koordineli çalışması ve ortak davranış için bölgesel şemsiye bir örgüt kurulması istekleri dikkat çekicidir. Yerinden yönetime ağırlık verilmesi ve partiler üstü bir yaklaşım gerektiği, Kapadokya'nın özel yasası ve farklı idaresi olması gerektiği ve kurulacak örgütün amaç ve ilkelerinin net olması gerektiği konusunda görüşler bildirilmiştir.

**Tablo 75. Önerilen Nevşehir Turizm Geliştirme Örgütünün Yapısı**

| Verilen Cevapların İçerikleri                                     | F         | %          |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Özel Sektör Kendi İçinde Örgütlenmeli ve Kendini Denetlemeli      | 13        | 28         |
| Niteliklere Göre Görevlendirme Olmalı                             | 10        | 21         |
| Turizm İle İlgili Bakanlıklar Arasında Koordinasyon Kurulu Olmalı | 7         | 15         |
| Turizm Bakanlığı Teşkilat Yasası Çıkarılmalı                      | 3         | 7          |
| Kamu ve Özel Sektör Koordineli Çalışmalı                          | 3         | 7          |
| Ortak Davranış İçin Bölgesel Şemsiye Bir Örgüt Olmalı             | 3         | 7          |
| Yerinden Demokratik Yönetime Ağırlık Verilmeli                    | 3         | 7          |
| Partiler Üstü Yaklaşım Gerekli                                    | 1         | 2          |
| Kültür Bakanlığı Yeniden Yapılmalı                                | 1         | 2          |
| Kapadokya'nın Özel Yasası ve Farklı İdaresi Olmalı                | 1         | 2          |
| Kurulacak Örgütün Amaç ve İlkeleri Net Olmalı                     | 1         | 2          |
| <b>Toplam</b>                                                     | <b>46</b> | <b>100</b> |

N=30, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

#### 3.2.4.4. TURİZM İŞLETMECİLERİNİN CEVAPLARININ İÇERİKLERİ

Görüşmelerde özel sektörü temsil eden kişilerin sorulara verdikleri cevaplar ise aşağıdaki gibidir. Nevşehir'in turizm gelişimi açısından güçlü yönlerini belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar tekrarlanma sıklıklarına göre Tablo 76'da sunulmaktadır. Bölgenin turizm gelişimi açısından güçlü yönleri olarak bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikleri görülmektedir. Doğal ve kültürel çekiciliklerin bir arada olması (%59), dünyada eşi benzeri ve rakibi olmaması (%20)

ifadeleri toplandığında doğal ve kültürel çekicilikler %79 gibi bir orana ulaşmaktadır. İnanç turizmi (%13) yine bölgenin dini geçmişine dayandırılar güçlü yönlerden biri olarak görülmektedir. Bölgede turizm okullarının olması ise bir kişi tarafından güçlü yönlerden biri olarak gösterilmiştir.

**Tablo 76. Nevşehir'in Turizm Gelişiminde Güçlü Yönleri**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                     | F  | %   |
|---------------------------------------------------|----|-----|
| Doğal ve Kültürel Çekiciliklerin Bir Arada Olması | 32 | 59  |
| Dünyada Eşi Benzeri ve Rakibi Olmayan Yer Olması  | 11 | 20  |
| İnanç Turizmi                                     | 7  | 13  |
| Bölge İnsanın Misafirperverliği                   | 3  | 6   |
| Bölgede Turizm Okullarının Olması                 | 1  | 2   |
| Toplam                                            | 54 | 100 |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Nevşehir'in turizm gelişiminde zayıf kaldığı yönleri belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 77'de sunulmaktadır.

Tanıtım eksikliği (%20) nitelikli iş gücü eksikliği (%18) izlemektedir. Turizm bilinci eksikliği (%16) ve ulaşımın yetersizliği (%14) ile birlikte ilk dört %68'e ulaşmaktadır. Eğlence yerlerinin sayısal olarak yetersizliği (%5), kamu sektörünün özel sektörü desteklemesinin yetersizliği (%4), turizmde yerel girişimcilik yetersizliği (%4) ve bölgesel turizm politikasının olmaması (%4) bölgenin zayıf kaldığı yönler olarak görülmektedir. Doğal ve kültürel değerlerin korunmasını yetersiz olduğu (%3), çöp toplama ve kanalizasyon sistemlerinin yetersizliği (%3), ayrıntılı yürüyüş haritalarının olmaması (%3), turların kalış süresinin (%2) ve işletmecilerin birlik ve beraberliklerinin yetersizliği (%2), kongre salonunun olmaması (%1) zayıf yönler olarak belirtilmektedir.

Nevşehir'de turizm gelişimini tehdit eden sorunları belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 78'de sunulmaktadır. Birbiri ile ilişkili 107 farklı ifade kullanılmış olmasına rağmen cevaplar belirli boyutlar altında toplanmaya çalışılmıştır. Günü kurtarma zihniyeti (%26) boyutunu misafirperverlikten uzaklaşma (%6), turistlerin insan olarak değil para kazanma aracı olarak görülmesi (%5), para öne çıkmış (%4), gemisini kurtaran kaptan (%2), günlük vurgun zihniyeti (%2), kap kaç (%2), dürüst davranmamak (%2), turisti söğüşlenecek kişi olarak görmek (%1), aynı mal için her mağazada farklı fiyat uygulaması (%1), turistlerin kandırılması (%1) ifadelerinden oluşmaktadır.

**Tablo 77. Nevşehir'in Turizm Gelişiminde Zayıf Kaldığı Yönler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                   | F  | %   |
|-------------------------------------------------|----|-----|
| Tanıtım Eksikliği                               | 19 | 20  |
| Nitelikli İşgücü Eksikliği                      | 17 | 18  |
| Turizm Bilinci Eksikliği                        | 16 | 16  |
| Ulaşım Yetersizliği                             | 14 | 14  |
| Eğlence Yerleri Sayısal Olarak Yetersiz         | 5  | 5   |
| Özel Sektöre Kamu Desteği Yetersiz              | 4  | 4   |
| Turizmde Yerel Girişimcilik Yetersiz            | 4  | 4   |
| Bölgesel Turizm Politikası Yok                  | 4  | 4   |
| Çöp Toplama ve Kanalizasyon Sistemleri Yetersiz | 3  | 3   |
| Doğal ve Kültürel Değerlerin Korunması Yetersiz | 3  | 3   |
| Ayrıntılı Yürüyüş Haritaları Yok                | 3  | 3   |
| Turistlerin Kalış Süresi Yetersiz               | 2  | 2   |
| İşletmecilerin Birlik ve Beraberliği Yetersiz   | 2  | 2   |
| Kongre Salonu Yok                               | 1  | 1   |
| Toplam                                          | 97 | 100 |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Tur operatörü, seyahat acentası ve rehberlerin komisyonları boyutu(%21): kar marjlarının çok düşük olması (%7), karını hediye eşya satışı komisyonlarına bağlayan tur operatörlerinin ucuz turlar düzenlemesi (%6), konaklama sektörü üzerinde fiyat baskısı kurmaları (%4), bölgenin alış veriş merkezi haline gelmesi (%2), yatak ücretleri ve işletme gelirlerinin düşmesi (%1), bakım, onarım ve yenileme yapılamamasıdır (%1).

Grup turizmine, tur operatörüne ve seyahat acentasına bağımlılık boyutu(%13); önce onlar bizim ayağımıza gelirdi, şimdi biz onların ayağına gidiyoruz (%6), istedikleri gib oynuyorlar (%4) ve acenta peşinde koşuyoruz (%3) ifadelerinden oluşmaktadır.

Sahip yönetici sorunu boyutu (%12); patronların kar değil tasarruf eğilimli olması, satışları artırma çabası yerine maliyetleri kısma çabası içinde olmaları, yöneticilerin patronları ikna edememeleri (%3), fikirlerini kabul ettiremeyen yöneticilerin işten ayrılması (%3), yöneticilere personel işe alma ve işten çıkarmada yetki verilmemesi, bütün personel üzerinde patron baskısı olması ve patronların dost ve akraba çocuklarını işe alması (%3), patronların başka sektörlerde yatırımları olması ve yönetici aylığından kaçındığı için kendisinin yönetmeye kalkması, turizmcilikten anlamadıkları ve seyahat acentalarının bu durumu fiyat kırdırmada kullandıkları (%3) ifadelerinden oluşmaktadır.

Fiyat rekabeti boyutunda (%7) toplanan sorunlar şu sözler ile ifade edilmektedir: Fiyat rekabeti (%2), hesapsız kitapsız fiyat rekabeti (%1), komik fiyatlar

(%1), amatörce fiyat politikası (%1), panik halde fiyat kırma (%1), ya rakibe uy ya kepenk indir (%1).

Personel ücretlerinin düşüklüğü boyutu(%8); personel ücretleri düşük olduğu için nitelikli elemanları tutamadıkları (%4) ve sektörde yöneticilerin üzerinde anlaştıkları tek konunun düşük personel ücretleri olduğu (%4) şeklinde ifade edilmektedir.

Turizmin bölge insanına ekonomik katkısının azlığı boyutunu (%5); büyük mağazalarda alışveriş yapılması (%3) ve şehir içine turistlerin girmesine izin verilmemesi (%2) oluşturmaktadır.

Doğal ve kültürel değerlerin korunamaması (%3), turislerin ekonomik düzeylerinin düşük olması (%3) ise tur operatörlerinin ucuz turlar ile kalitesiz turistler(!) getirdiği sözleri ile ifade edilmektedir. Türkiye'nin siyasi yapısı yani istikrarsızlık (%1) ve plansız gelişim (%1) Nevşehir'in gelişimini tehdit eden sorunlar olarak görülmektedir.

**Tablo 78. Nevşehir Turizm Gelişimini Tehdit Eden Sorunlar**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                   | F   | %   |
|-----------------------------------------------------------------|-----|-----|
| Günü Kurtarma Zihniyeti                                         | 28  | 26  |
| Tur Opratörü, Seyahat Acentası ve Rehberlerin Komisyonları      | 23  | 21  |
| Grup Turizmne ve Tur Operatörü Ve Seyahat Acentasına Bağımlılık | 14  | 13  |
| Sahip Yönetici Sorunu                                           | 13  | 12  |
| Fiyat Rekabeti                                                  | 7   | 7   |
| Personel Ücretlerinin Düşüklüğü                                 | 9   | 8   |
| Turizmin Bölge İnsanına Ekonomik Katkısının Azlığı              | 5   | 5   |
| Doğal ve Kültürel Değerlerin Korunamaması                       | 3   | 3   |
| Turistlerin Ekonomik Düzeylerinin Düşük Olması                  | 3   | 3   |
| Türkiye'nin Siyasi Yapısı                                       | 1   | 1   |
| Plansız Gelişim                                                 | 1   | 1   |
| Toplam                                                          | 107 | 100 |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Turizm açısından Nevşehir'de varolan ancak kullanılamayan fırsatları belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 79'da sunulmaktadır.

Mevcut doğal ve kültürel çekiciliklerin (%38) , mevcut festivallerin (%15), Kızılırmak'ın (%10), termal kaynakların (%10), kiliselerin (%7), civar illerin çekiciliklerinin (%5), bölgenin şarapçılığının (%5) iyi değerlendirilmediği belirtilmektedir. Diğer bir ifade ile değerlendirilemeyen fırsatlar olarak %90 oranında

arz kaynaklarının çekicilik unsurları görülmektedir. Talep açısından ise iç turizm potansiyeli (%10) değerlendirilemeyen bir fırsat olarak görülmektedir.

**Tablo 79. Nevşehir Turizm Gelişiminde Kullanılamayan Fırsatlar**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                | F         | %          |
|--------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Mevcut Doğal ve Kültürel Çekicilikler İyi Değerlendirilmiyor | 15        | 38         |
| Mevcut Festivaller İyi Değerlendirilmiyor                    | 6         | 15         |
| Kızılırmak İyi Değerlendirilmiyor                            | 4         | 10         |
| İç Turizm Potansiyeli İyi Değerlendirilmiyor                 | 4         | 10         |
| Termal Kaynaklardan İyi Yararlanılmıyor                      | 4         | 10         |
| Kiliseler İyi Değerlendirilmiyor                             | 3         | 7          |
| Civar İllerin Çekicilikleri İyi Değerlendirilmiyor           | 2         | 5          |
| Bölgenin Şarapçılığından İyi Yararlanılmıyor                 | 2         | 5          |
| <b>Toplam</b>                                                | <b>40</b> | <b>100</b> |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Nevşehir'de turizm gelişiminin amaçlarını belirlemeye yönelik sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sırasına göre Tablo 80'de sunulmaktadır. Turist sayılarının artırılması (%44) birinci sırada yer almaktadır. Ekonomik kalkınmayı sağlamak (%24) ve turizmi geliştirmek (%15) turist sayılarını artırmayı izlemektedir. Doğal ve kültürel değerleri korumak dördüncü, turistleri memnun etmek ise sonuncu sıradadır.

**Tablo 80. Nevşehir'de Turizm Gelişiminin Amaçları**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ       | F         | %          |
|-------------------------------------|-----------|------------|
| Turist Sayısını Artırmak            | 18        | 44         |
| Ekonomik Kalkınma Sağlamak          | 10        | 24         |
| Turizmi Geliştirmek                 | 6         | 15         |
| Doğal ve Kültürel Değerleri Korumak | 4         | 10         |
| Turistleri Memnun Etmek             | 3         | 7          |
| <b>Toplam</b>                       | <b>41</b> | <b>100</b> |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Belirtilen amaçlara ulaşmak için izlenmesi gerekli yol yada sadık kalınması gerekli ilkeleri yani politikaları belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 81'de sunulmaktadır. Bu soruya 20 kişi cevap vermemiştir. Sadece 15 kişinin verdiği cevaplar ifadelerin tekrarlarına göre sunulmaktadır.

Sorumlu ve bilinçli gelişim (%25), planlı gelişim, (%15) sürdürülebilirlik ilkesine sadık kalmak (%5), halk katılımlı sorumlu gelişim (%5) politikaları dikkat çekicidir. Az sayıda ancak zengin turist, büyük ölçekli ya da küçük ölçekli

işletmelerin desteklenmesi gibi stratejiler de benzerlikleri nedeni ile ilkeler olarak belirtilmiştir. Para kazanan herkes uğraşmalı ilkesi ise turizm örgütlenmesi açısından önem taşımaktadır. Önce hizmet olmalı ilkesi ise pazarlama eğilimlilik olarak kabul edilebilir.

**Tablo 81. Nevşehir Turizm Gelişimde Sadık Kalınacak İlkeler (Politikalar)**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ              | F         | %          |
|--------------------------------------------|-----------|------------|
| Sorumlu ve Bilinçli Gelişim                | 5         | 25         |
| Planlı Gelişim İlkesi                      | 3         | 15         |
| Az Sayıda Ancak Zengin Turist Hedeflenmeli | 3         | 15         |
| Kapadokya Bir Bütün Olarak Geliştirilmeli  | 2         | 10         |
| Para Kazanan Herkes Uğraşmalı              | 2         | 10         |
| Önce Hizmet Olmalı                         | 1         | 5          |
| Küçük Ölçekli İşletmeler Desteklenmeli     | 1         | 5          |
| Büyük Ölçekli İşletmeler Desteklenmeli     | 1         | 5          |
| Halk Katılımlı Sorumlu Gelişim             | 1         | 5          |
| Sürdürülebilirlik İlkesine Sadık Kalınmalı | 1         | 5          |
| <b>Toplam</b>                              | <b>20</b> | <b>100</b> |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

**Tablo 82. Nevşehir Turizm Gelişiminde İzlenecek Stratejiler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                          | F         | %          |
|--------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Eğlence Faaliyetleri Artırılmalıdır                    | 18        | 31         |
| Havalanı Kullanıma Açılmalıdır                         | 8         | 14         |
| Uluslararası Düzeyde Festivaller Düzenlenmelidir       | 7         | 12         |
| Turizm Bilinci Artırılmalıdır                          | 7         | 12         |
| Yollar İyileştirilmelidir                              | 3         | 5          |
| Kış Turizmi Canlandırılmalıdır                         | 3         | 5          |
| Komisyon Olayı Kaldırılmalıdır                         | 3         | 5          |
| İşletmeler Örgütlenmelidir                             | 2         | 3          |
| Konaklama Süresi Uzatılmalıdır                         | 2         | 3          |
| Halkın Turizmden Ekonomik Faydaları Artırılmalıdır     | 1         | 2          |
| Turistlerin Görüşleri ve Değerlendirmeleri Alınmalıdır | 1         | 2          |
| Yeni Ören Yerleri Ziyararete Açılmalıdır               | 1         | 2          |
| Doğaya Uyumlu Tesiler Yapılmalıdır                     | 1         | 2          |
| Yanlış Çıkar Zinciri Kırılmalıdır                      | 1         | 2          |
| <b>Toplam</b>                                          | <b>58</b> | <b>100</b> |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Belirtilen sorunları çözmek ve öngörülen amaçlara ulaşmak için neler yapılabileceğini belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 82'de sunulmaktadır. Eğlence faaliyetlerinin artırılması (%31), havaalanının kullanıma açılması (%14), uluslararası düzeyde festivaller düzenlenmesi ilk sıralarda yer almaktadır. Sırasıyla, turizm bilincinin

artırılması (%12), yolların iyileştirilmesi (%5), kış turizmin canlandırılması (%5), komisyonun kaldırılması (%5), işletmelerin örgütlenmesi (%3), konaklama süresinin uzatılması (%3), halkın ekonomik faydalarının artırılması (%2), Turistlerin görüşlerinin ve değerlendirmelerinin alınması (%2) , yeni ören yerlerinin ziyarete açılması (%2), doğaya uyumlu tesisler yapılması (%2), ve yanlış çıkar zincirinin kırılması ( rehber, acenta komisyonları) gibi öneriler belirtilmektedir.

Somut proje önerilerini belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 83'de sunulmaktadır.

**Tablo 83. Nevşehir Turizm Gelişiminde Uygulanacak Projeler**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                                                  | F         | %          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| Kongre Merkezi Kurulması                                                                       | 10        | 14         |
| Tur Programları Zenginleştirilmesi                                                             | 9         | 13         |
| Mevcut Çekiciliklerin Çevre Düzenlemelerinin Yapılması                                         | 7         | 10         |
| Müzelerin Yönetiminin İyileştirilmesi                                                          | 6         | 9          |
| İnanç Turizmi İçin İyi Durumda Olan Bir Kilisenin İbadete Açılması                             | 6         | 9          |
| Konser ve Tiyatro Salonları Açılması                                                           | 5         | 7          |
| Merkezi Çöp Deposu Kurulması                                                                   | 4         | 6          |
| Kızılırmak'ın Çevre Düzenlemesi İle Mesire Alanı Yapılması                                     | 4         | 6          |
| İşaretili Gezi Yolları Düzenlenmesi                                                            | 4         | 6          |
| Gezi Haritaları Hazırlanması                                                                   | 4         | 6          |
| İç Turizm İçin Tanıtım Yapılması                                                               | 4         | 6          |
| Komisyon Olayına Maliye'nin El Atması                                                          | 3         | 4          |
| Arıtma Tesisleri Kurulması                                                                     | 2         | 3          |
| Halkın Turizm Konusunda Bilinçlendirilmesi İçin Yerel Televizyon Kanallarından Yayın Yapılması | 1         | 1          |
| Televizyonda Kapanış Sinyalleri Yerine Kapadokya Resimleri Gösterilmesi                        | 1         | 1          |
| <b>Toplam</b>                                                                                  | <b>70</b> | <b>101</b> |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Mevcut turizm örgütlenmesinin durumunu belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sıralarına göre Tablo 84'de sunulmaktadır. Mevcut turizm örgütlenmesi ile başarı elde edilebilir mi sorusuna görüşme yapılan 35 kişiden 31'i hayır (%89), 3 kişi isterlerse çözebilirler (%9) ve 1 kişi belki (%3) cevabı vermiştir. İsterlerse çözebilirler diyen üç kişi örgütsel yapı ve hukuki sistemin iyi olduğu ama işlemediğini belirtmiştir. Belki diyen bir kişi ise Türkiye'nin genel sorunları yüzünden zor olduğunu belirtmiştir. Böylece, görüşme yapılan 35 kişinin (%100) mevcut örgütsel yapı ile bölgedeki turizm gelişimi sorunlarına çözüm üretilebileceğine inanmadıkları ortaya çıkmaktadır. Hayır diyenlerin gerekçeleri ise Tablo 84'de sunulmaktadır.

**Tablo 84. Nevşehir'de Mevcut Turizm Örgütlenmesinin Durumu**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                   | F  | %   |
|-------------------------------------------------|----|-----|
| KAPTİD'in Güven Yitirmesi                       | 25 | 33  |
| Turizm Bakanlığı'nın Yetersizliği               | 17 | 23  |
| Sistemin İşlememesi                             | 20 | 27  |
| İşletmecilerin Örgütlü Faaliyetlere Yanaşmaması | 13 | 17  |
| Toplam                                          | 75 | 100 |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

KAPTİD'in güven yitirmesi boyutu (%33); KAPTİD üyelerinin birbirlerine verdikleri sözleri tutmamaları, toplantılarda fiyat kırmayacaklarına söz verip dışarı çıkar çıkmaz seyahat acentasını arayıp fiyat kırmaları (%8), KAPTİD'in ne yaptıklarından haberleri olmaması (%7), profesyonel yönetici ve kadrosu olmaması (%5), örgütün başına geçenlerin turizm ile alakaları olmaması (%5), kararların lafta kalması ve somut projeler üretilmemesi (%4), KAPTİD'in güven yitirmesi (%3), konuşmaktan başka icraat olmaması (%1)dir.

Sistemin işlememesi boyutu (%27) Türkiye'nin politik yapısı (%10), kamu kesminde koltuklarda oturan insanların turizm konusunda kaygısız olması (%5), yetkililerin yetkilerini kullanmaması (%5), derneklerin içki içilip kumar oynanılan yerler olması (%3), hesapsız iş yapılması (%1), sistemin işlememesinden (%3) oluşmaktadır.

Turizm Bakanlığı'nın yetersizliği boyutunda (%23)toplanan ifadeler şunlardır: Yaptırım gücü yok (%14), Turizm Bakanlığı yetersiz (%5), Turizm Bakanlığı'nın teşkilat yasası bile yok (%4).

İşletmecilerin örgütlü faaliyetlere yanaşmamaları (%17) boyutunda toplanan ifadeler şunlardır: sermaye sahiplerinin örgütsel faaliyetler için para harcamaya korkması (%7), üyelik aidatlarının bile verilmemesi (%5), birlikte iş yapma ve ortak hareket etme zihniyetinin olmamasıdır (%5).

Nevşehir bölgesinde oluşturulabilecek bir turizm örgütlenmesinin yapısının nasıl oluşturulabileceğini belirlemeye yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplar en çok tekrarlanma sırasına göre Tablo 85'de sunulmaktadır.

Özel sektörün kendi içinde örgütlenmesi ve oto kontrole sahip olması (%27), örgütün profesyonel kişilerce yönetilmesi (%9), kamu sektörü ve özel sektörün işbirliği içinde olması (%9), örgütün işletmelere liderlik edebilmesi (%9), Vali'nin örgütün kurulmasına öncülük etmesi (%9), örgütün kamu ve özel sektör arasında koordinasyon sağlayabilecek (%9) ve yaptırım gücü olan (%9) bir örgüt olması,

bütün kesimlerin katılması (%5), örgütün bölgesel düzeyde olması (%2) örgüt yapısında aranan özellikler olarak belirtilmektedir.

**Tablo 85. Önerilen Nevşehir Turizm Geliştirme Örgütünün Yapısı**

| VERİLEN CEVAPLARIN İÇERİKLERİ                                                                                        | F  | %   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| Özel Sektör Kendi İçinde Örgütlenmeli ve Oto Kontrole Sahip Olmalı                                                   | 15 | 27  |
| İyi Niyet Yetmez, Yöneticiler Belli Özelliklere Sahip Olmalıdır. Örgütü Profesyonel Gerçek Turizmciler Yönetmelidir. | 5  | 9   |
| Kamu ve Özel Sektör İşbirliği İçinde Olmalıdır                                                                       | 5  | 9   |
| Örgüt İşletmelere Liderlik Edebilmelidir                                                                             | 5  | 9   |
| Vali Örgütün Kurulmasına Öncülük Etmelidir                                                                           | 5  | 9   |
| Kamu ve Özel Sektör Arasında Koordinasyon Sağlayabilecek Bir Örgüt Olmalıdır                                         | 5  | 9   |
| Örgütün Yaptırım Gücü Olmalıdır                                                                                      | 5  | 9   |
| İşletmeler Birleşerek Bir Holding Kurmalıdır.                                                                        | 4  | 7   |
| Bütün İlgili Kesimlerin Katıldığı Bir Platform Olmalı                                                                | 3  | 5   |
| Sivil Toplum Örgütleri Olmalı ve Kamu Kesimini Zorlamalıdır                                                          | 3  | 5   |
| Turizm Bakanlığı Bölgelere Göre Örgütlenmelidir.                                                                     | 1  | 2   |
| Toplam                                                                                                               | 56 | 100 |

N=35, \*Görüşme Yapılan kişiler aynı soruya birden fazla cevap verdiği için toplam frekans görüşülen kişi sayısını geçmektedir.

Bölgenin turizm gelişimi açısından güçlü yönleri, hem kamu kesiminde hem de özel sektörde, bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikler olarak görülmektedir. Bu soruyu cevaplarken turistik işletme yöneticileri bile bölgedeki turizm işletmelerinin hizmet kalitesi ve benzeri özelliklerinden hiç bahsetmemişlerdir. Bölgenin dünyada eşi, benzeri ve rakibi olmadığı düşüncesi iki kesimde de bulunmaktadır.

Bölgenin turizm gelişimi açısından zayıf kaldığı yönler hakkında kamu kesimi ve özel kesim arasında farklar bulunmaktadır. Turizm gelişiminde zayıf kalınan yön kamu kesiminde turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin düşük olması olarak algılanırken, özel sektör tanıtım yetersizliğini öne çıkarmaktadır.

Kamu kesimi ve turizm işletmeleri genel olarak doğal ve kültürel değerlerin korunmasına yeterince önem verilmemesini, bölgenin profesyonelce pazarlanamamasını, bölgedeki komisyonların yüksekliğini, konaklama işletmeleri arasındaki aşırı fiyat rekabetini, aracılara bağımlılık gibi pazarlama sorunlarını, turizm bilinci eksikliğini, yerel halkın turizmin ekonomik faydalarından fazla yararlanamamasını turizm gelişimine bir tehdit olarak görmekteydiler. Özellikle turizm ve işletmecilik bilgisinin olmaması, fiyat rekabeti, seyahat acentalarının konaklama işletmeleri üzerinde fiyat ve hediyelik eşya mağazalarında komisyon baskısı oluşturmalarının gelişimi olumsuz yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Bölgede turizm

işletmelerinde sahip yöneticilik sorununa işaret edilmekte ve bunun turizm işletmelerinin profesyonelce yönetimini engellediği belirtilmektedir.

Nevşehir'in turizm gelişimi açısından sahip olduğu ancak yararlanamadiğı fırsatlar konusunda kamu ve özel sektör arasında neredeyse tam bir fikir birliği söz konusudur. Arz eğilimli olarak her iki kesim de Kozaklı termal kaynakları, Kızılırmak ve diğer doğal ve kültürel çekiciliklerden yeterince yararlanılmadığını ileri sürmektedirler. Talep ile ilgili olarak ise kısa olan ortalama turist konaklama süresinin uzatılması için iç turizm potansiyeli fırsat olarak görülmektedir.

Araştırmanın önemli bulgularından biri kamu kesimi ve turizm işletmeleri yöneticilerinin Nevşehir'de plansız bir turizm gelişimi sorunu olduğu konusunda birleşmeleridir. Nevşehir turizminin gelişim amaçları konusunda kamu kesimi ve özel sektör arasında benzerlikler olmasına rağmen amaçlar öncelik sırası açısından farklılıklar göstermektedir. Kamu sektörü öncelik sırasına göre turizmin ekonomik faydalarının artırılarak yerel halka yayılmasını, doğal ve kültürel çekiciliklerin korunması ve geliştirilmesini, Nevşehir'in tanıtımını, yerel halkın bilinçlendirilmesini amaç olarak göstermektedir. Özel sektör yöneticileri ise öncelik sırasına göre turist sayısının artırılmasını, turizmin ekonomik faydalarının artırılmasını, turizm gelişimini, doğal ve kültürel değerlerin korunmasını ve turistleri memnun etmeyi turizm gelişiminin amaçları olarak göstermektedir. Burada dikkat çeken konu özel sektördeki yöneticilerin sayıca az bir kesiminin doğal ve kültürel değerleri korumayı ve turistleri memnun etmeyi bir amaç olarak görmesidir.

Politikalarda ise özel sektör yöneticilerinin yarıda fazla amaçlara hangi ilkelere sadık kalınarak ulaşılacağı konusunda görüş bildirmemiştir. Ayrıca amaçlar, politikalar ve stratejiler arasında ilişki kurma sorunu ortaya çıkmıştır. Neler yapılabilir sorusuna bazan genel bazan da somut önerilerde bulunmuşlardır.

Kamu kesimi Nevşehir'de sağlıklı bir turizm gelişimi için genel stratejiler olarak planlı turizm gelişimini, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını, işletmecilerin tüketicici odaklı olmasını ve turizm sektörünün yanında diğer sektörlerin de geliştirilmesini önermektedirler. Daha somut olarak sağlıklı bir turizm gelişimi için yerel yönetimlerin, halkın ve işletmelerin bilinçlendirilmesini, koruma planları yapılmasını, pazarlama ile ilgili olarak eğlence yerlerinin artırılmasını, otellerin kendi dağıtım sistemlerini kurmalarını, turizm bilinci konusunda niversitenin seminerler düzenlemesini, doğal ve kültürel çekiciliklerin envanterinin çıkarılmasını, merkezi çöp toplama sistemi kurulmasını, çevreci gönüllü kuruluşlar ile işbirliğine gidilmesini önermektedirler.

Özel sektör turizm işletmeleri yöneticilerinin amaçlara ulaşmak için öngördüğü politika ve stratejiler ise halk katılımı ve sürdürülebilirlik ilkesine dayalı turizm gelişimi, daha üst gelir düzeyine sahip turistlerin hedeflenmesi, Kapadokya'da turizmin bir bütün olarak geliştirilmesi, turistlere verilen hizmetin kalitesinin öne çıkarılmasıdır.

Hem kamu kesimi görevlileri hem de turizm işletmeleri yöneticileri, gerekçeleri bir ölçüde farklılıklar göstermesine rağmen mevcut örgütsel yapılar ile turizm gelişiminin sorunlarının çözülmemeyeceği görüşünde birleşmektedirler. Nasıl bir örgüt yapısı ile başarılı olunabileceği konusunda ise hem önerileri ile nasıl olunması gerektiği hem de mevcut örgütsel yapı konusunda dile getirdikleri sorunlar ile nasıl olmaması gerektiğine dikkat çekmektedirler.

Yapılan araştırmada yerel idare yöneticilerinin siyasi baskı altında bulunduğu, yerel sorunlara çözüm üretmesi beklenen yetkililerin mahallin sorunlarına vakıf olmadan başka yerlere tayin edildikleri ve kendilerinden beklenen görevleri yerine getirmek için yetişmiş teknik elemanlara sahip olmadıkları belirlenmiştir. Vali başta olmak üzere bir çok il müdürü, planlama görevi için yeterli olamayacak kadar kısa sürelerde görevde bulunabilmektedir. Arşiv ve dökümantasyon merkezlerinin yetersizliği diğer bir sorundur. Kimin ne yaptığı, hangi işi hangi aşamaya getirdiği belli olmadığından yerine gelen kişi de silbaştan başlamaktadır.

Sivil toplum örgütlerinin kurulması ve güçlenmesi ile bölgesel sorunların çözülebileceği konusunda yaygın bir görüş bulunmasına rağmen bu görüşü savunanlar bile turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması ve gerekli yasal düzenlemelerin olmaması gerekçesi ile örgütlerin kurulması ve bir çatı altında toplanmasını kısa vadede zor görmektedirler.

Araştırma bulgularına göre Nevşehir'de plansız bir turizm gelişiminin yaşandığı söylenebilir. Bölgede kamu ve özel sektör kesiminin ve turizm alanlarında yaşayan yerel halkın görüşlerine, mevcut duruma ve geleceğin öngörümüne dayalı turizm gelişimi amaçları ve politikaları bulunmamaktadır. Bu durum ise stratejilerin ve projelerin üretilmesi ve uygulanmasını güçleştirmektedir. Stratejiler ve stratejileri yerine getirmekte kullanılacak projelerin yani yer, zaman, kişi ve kaynak gösterilerek hedeflerin üretilmemesi ise bir ay sonrayı göremeyen kamu yetkilileri ve sektör işletmecilerinin günü kurtarma davranışlarına zemin hazırlamaktadır. Yarını düşünmeden bugünü kurtarma kaygıları ile yaratılan mevcut durum, aynı davranışlar ile yarınları da olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahip bulunmaktadır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa belirtilen sorunları yaratan nedenlerden birinin ülkemizin idari yapısından kaynaklandığı söylenebilir. Yerinden yönetimin güçsüz yapısı, yerinde yeterli araştırma yapılamadan merkezden yürütülen planlama çalışmaları ile daha da güç durumlarda bırakılmaktadır. Yerel idareler yukarıdan verilen emirler ve yerel halkın ihtiyaçları arasında, içine gömüldüğü ve çözüm üretmek için yetkisi ve yeterli teknik altyapısı olmadığı sorunlar karşısında çaresiz kalmaktadır.

Merkezi planlamanın sakıncalarından kaçınmak bölgesel turizm planlamasının önemli nedenlerinden biridir. Yerel hizmetlerin merkezden planlanmasının sakıncaları; halkın ihtiyaç önceliklerinin belirlenememesi, halkın istekleri doğrultusunda etkili bir programlama yapılamaması, karar vermede ve uygulamada gecikme, duyarsızlık ve kırtasiyecilik gibi idari etkinliği ve verimliliği olumsuz yönde etkileyen sorunlar ve mahalli demokratik denetim mekanizmalarının gelişiminin sınırlandırılması olarak sıralanabilir. Bölgesel planlama ile planlar yerel ve bölgesel kamu ve özel kuruluşlarına mal edilebilir. Bölge insanlarının planın yapımına ve yürütülmesine katılımı planın başarısı için önemlidir. Planlamanın başarılı olmasının kökeni, planlamanın nedenlerinin ve amaçlarının tüm ilgililere büyük bir çaba harcanarak anlatılmasına bağlıdır. Bölgesel turizm planlaması planlama sürecine halkın katılımını sağlama olanaklarına sahip olduğu için planların başarılmasına büyük katkı sağlayabilir.

Turizm mekansal bir olay olduğu için çevrenin nasıl kullanıldığı ve mekanın nasıl düzenlendiği önemli bir turizm konusudur. Bu nedenle mekanın; kaynaklara ve bütün arazi kullanım şekillerine en uygun şekilde tanımlanması ve planlanması gerekir. Çevrenin korunarak kullanımı için çevresel etkiler tanımlanmalı, değişikliklerin yönü belirlenmeli ve değerlendirmeler yapılarak koruma ölçütleri geliştirmelidir.

İl düzeyinde amaçlar, politikalar ve stratejiler belirlenmediği sürece uygulanabilir fiziksel planlar üretmek zor görünmektedir. Örneğin, kongre merkezi yapılması gibi bir karar alınırken bu merkezin nerede yapılabileceğini gösterecek 1/25.000 ölçekli plan bulunmamaktadır. Ürgüp çöplüğü sorun olarak gösterilmekte ve kaldırılması önerilmektedir. Nereye kaldırılacağı sorusu ise cevapsız kalmaktadır.

İleriye dönük temel amaçlara, temel ilkelere ve ihtiyaçlara dayalı alt ve üst ölçekli imar planların yapılmamış olması temel sorun teşkil etmektedir.

Fiziksel planların hazırlanması için teknik elemanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Fiziksel planlar onanmadan önce yerel halkın görüşleri dikkate alınmamaktadır. Halkın görüşleri alınmadan onanan ve yasalaşan planları değiştirme çabaları ise uzun zaman ve para kaybına neden olmaktadır. Yerleşimlerde sit alanlarının derecelerinin ve yapılaşma oranlarının ilan edilmemiş olması Belediyeleri güç durumda bırakmaktadır.

Bölgenin özgün çekiciliklerini oluşturan doğal ve kültürel değerler ve bunlarla ilişkili olarak geliştirilebilecek rekreatif faaliyetlerin koruma-kullanma dengeleri belirlenmemiştir. Çekicilikler geliştirilirken hem çekiciliklerin kaynağını oluşturan doğal ve kültürel değerlerin özellikleri hem de geliştirilmesi düşünülen çekiciliklerin hangi pazarlara hitap edeceği dikkate alınmamıştır.

Bölgede doğal çekicilikler, örneğin; vadiler, dağlar, akar sular ve termal kaynaklar ile bağlantılı olarak geliştirilebilecek rekreatif faaliyetler, hem yapılabirlik hem de pazarlar açısından tesbit edilmemiştir. Mevcut ya da geliştirilmesi olası potansiyel çekicilikler ile ne tür bir turizm geliştirilebileceği belirlenmemiştir.

Siyasi nedenlerle yasaların tam anlamıyla uygulanamaması ise yanlış yapılaşmalara neden olmakta ve daha da önemlisi başkalarına da yanlış örnek teşkil etmekte, yasaların ihlal edilmesi konusunda vatandaşlar yanlış yönlendirilmektedir. Yerel yönetimler ve insanların bu konularda bilinçlendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Vatandaşlar nasıl davranacaklarını bilememekte, yol gösterilmeye ihtiyaç duymaktadırlar.

Mevcut ören yerlerinin tam anlamıyla çevre düzenlemelerinin ve hizmet birimlerinin hizmete sunulamaması bir diğer sorundur. Projelendirmeleri yapılan yerler, teknik eleman ve ödenek yetersizliği nedeni ile ihale aşamasına geçilemediğinden uygulamaya konulamamaktadır. Derinkuyu, Kaymaklı, Tatların, Özkonak ve Zelve, Paşabağları, Göreme Açık Hava Müzesi gibi ören yerlerinin çevre düzeni projeleri hazırlanmıştır. Derinkuyu, Kaymaklı, Tatların ve Göreme Açık Hava Müzesi'nde proje uygulamasına kısmen geçilmesine rağmen, Paşabağları ve Zelve proje uygulamasına geçilememiştir. Bu nedenlerle otopark sorunları yaşanmakta, denetim ve bakım zorlaşmakta ve genel görünüm hoş olmamaktadır.

Ören yerleri ve müzelerin alt ve üst yapı açısından eksiklikleri bulunmaktadır. Bu yerlerde geçici işçi statüsünde insanlar çalıştırılmakta, dil bilmeyen bu personeli herhangi birinden ayıracak özel kıyafetleri de bulunmamaktadır. Bölge içinde ulaşım

sıkıntıları bulunmakta, turistlere yol gösterici danışmanlık hizmetlerini yürütecek personel ve kullanılacak materyallerde eksiklikler bulunmaktadır.

Plansız bir gelişimin sonucu bölgedeki yatak sayısı fazla olmasına rağmen hizmet kalitesi ve profesyonelce yönetim eksiklikleri bulunmaktadır. Nitelikli işgücü eksikliği kaliteli bir hizmet sunulmasını olumsuz yönde etkilemektedir. Hediyeelik eşya mağazalarının komisyon baskısı altında etik olmayan davranışlara yönelmeleri bölgenin imajını olumsuz yönde etkilemektedir.

Yapılan araştırmalarda turizm gelişimi konusunda en büyük eksiklik olarak tanıtım yetersizliğinden şikayet edilmektedir. En etkin ve ucuz tanıtımın ağızdan ağıza yapılan duyurum olduğu dikkate alınırsa etik olmayan davranışlar nedeni ile bölgenin dünya turizm pazarında çok olumsuz bir imaja sahip olma olasılığı bulunmaktadır. Özel sektör kesimin örgütlenememiş ve etik kurallarını belirleyememiş olması ise olumsuz durumu desteklemektedir.

Turizm iş yaratır ve gelir getirir. Bununla birlikte kültür ve çevre için bir tehdidi de temsil eder. Bu nedenle bölgenin ekonomik, sosyal ve doğal çevre olarak uygun bir şekilde korunabilmesi için turizm gelişimi yönetilmeli ve denetlenmelidir. Bölgenin gelişimi ile ilgili bütün kararlara halkın katılımı desteklenmelidir. Ekonomik olarak verimli, sosyal olarak sorumlu ve çevre bilinçli bir turizm gelişimi amaç edinilmelidir.

Dile getirilen bütün sorunlar ve çözüm önerileri bölgede kapsamlı bir turizm planlamasına olan ihtiyacı işaret etmektedir. Kamu kesimi, özel sektör işletmecileri ve sivil toplum örgütleri samimi gayret içinde olmalarına rağmen koordinesiz çalışma neticesinde enerjiler israf olmaktadır. Çalışmanın temel önerisi, çalışmanın ikinci bölümde aşama aşama açıklanan bölgesel turizm planlaması modelinin Nevşehir'de uygulanmasıdır. Ancak, planlama ve uygulama sırasında ortaya çıkabilecek sorunları yerinde alınacak kararlara giderebilecek ve kamu kesimi yatırımcı kuruluşları ile özel sektör yatırımcıları arasında gerekli işbirliği ve koordinasyonu sağlayabilecek bölge düzeyinde bir örgüt kurulmalıdır. Bu nedenle, kamu, özel sektör ve diğer sivil toplum örgütlerinin koordineli çalışması ve ortak davranışı için amaç ve ilkeleri net olan bölgesel bir şemsiye örgüt kurulması önerilmektedir.

Bu örgütün yönetim kurulunu özel kesim, kamu kesimi ve sivil toplum örgütleri temsilcileri oluşturmmalıdır. Yönetim kurulu ortak değerlere dayalı bir ufuk çizmeli (vizyon) ve bu değerlere dayalı olarak bölgesel turizm geliştirme örgütünün görevini (misyonunu) ilan etmelidir.

Belirlenen ufuk ve misyon kapsamında yönetim kurulunun görevlendireceği ve doğrudan yönetim kuruluna sorumlu olan alt-çalışma komisyonları olmalıdır. Alt

teknik komisyonlar çalışmanın ikinci bölümünde açıklanan araştırmaları yürütmeli, ancak en son kararı yönetim kurulu vermelidir. Örgütün yapısı ve işleyişi planlama sürecinde ve planın uygulanması için gerekli kurumsal yapıya göre şekilleneceğinden fazla ayrıntı önerilememektedir.

Önerinin temel ilkesi her kesimin temsilcisinin yönetim kurulunda bulunmasıdır. Bu durumun sağlayacağı eşgüdüm planlama faaliyetinin etkinliğini ve verimliliğini artıracaktır. Alt-komisyonlarda, ekonomist, pazarlamacı ve mimar gibi turizm planlaması ile ilgili araştırmacılar bulunacak, bunlar bölge sınırlarının belirlenmesi, bilgi ve verilerin toplanması ve analizi, mevcut projelerin, bölgesel gelişme il ilgili programların, merkezi ve yerel yönetimler ile ilgili bilgilerin toplanması ve değerlendirmesi, bölgesel turizm gelişme senaryoları hazırlanması gibi çalışmaları yürüteceklerdir. Ayrıca, örgütün finansal kaynaklarını sağlayacak ve idare edecek, genel idare işlerini ve sekreteryayı yürütecek idari personel de istihdam edilebilir. Ancak bu yapıda süreç içinde oluşabilecektir. Bu önerinin ilk adımını, yukarıda bahsedilen çevrelerden insanların katıldığı bölgesel turizm geliştirme ve planlama forumu oluşturabilir.

## KAYNAKLAR

- ABUŞOĞLU, Ömer ve Ömer İNAN, **Kalkınma Öncelikli Yörelere ve Bölgesel Gelişme İçin Bir Model**, TOBB Yayın No: Genel 105, Ar-Ge 39, Ankara, 1989.
- AKOĞLAN Meryem ve Kurtuluş KARAMUSTAFA, , "Turist Profili ve Tesis Türü Uygunluğuna Bir Örnek Model: Nevşehir Yöresi", **Turizm Yıllığı 1993**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1993.
- AKDEMİR Ali, **AT İşletmeleriyle Bütünleşmede Teknolojinin Stratejik Yönetimi**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 555, Eskişehir, 1992.
- ALPAY Yurdakul, **İşletme Planlaması**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1990.
- ALTAY N. Oğuzhan, "Bölgesel Kalkınmanın Finansmanında Ege Bölgesi İçin Bir Model Girişimi: Ege Birlik Yatırım ve Kalkınma Bankası", **7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi 1. Kitap**, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü ,İzmir, 1997.
- ARCHER Brian and C. COOPER, "The positive and negative impact of tourism", **Global Tourism**, Editör : W. F. THEOBALD, Buterworth - Heinemann, Oxford, 1994.
- BAHATIA A. K., **Tourism Development: Principles and Practices**, Fourth Edition, Sterling Publishers Limited, New Delhi, 1983.
- BAKER İlyas, "The Objective Tree in Tourism Planning", **Journal of Travel Research**, Vol: 28, No: 4, 1990.
- BARGUR Jona and Avner ARBEL, "A Comprehensive Approach to the Planning of the Tourism Industry", **Journal of Travel Research**, Vol. XIV, Num. 2, Fall, 1975.
- BİNAN Demet Ulusoy, "Kapadokya Bölgesi İçinde Tarihsel Çevrenin Turizm Amaçlı Kullanımına Örnek:Güzelyurt - Gelveri", **Turizm Yıllığı 1988-1989**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1989.
- BROTHERTON Bob, "Konaklama, Turizm ve Eğlence Tanımları : Görüş Açıkları, Problemler ve Çıkan Sonuçlar", **Turizmde Seçme Makaleler: 11**, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları No. 18, İstanbul, 1991.
- BULL Adrian, **The Economics of Travel and Tourism**, Pitman Wiley Halsted Press, Melbourne, 1992.
- BURKART A. J. and S. MEDLIK, **Tourism: Past, Present and Future**, Heinemann, London, 1986.

- BUYRUK Lütfü, "Nevşehir'deki Seyahat Acentalarının Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma", **Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesi**, Hafta Sonu semineri III, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Özkan Matbaacılık, Ankara, 1996.
- CAN Halil, **Organizasyon ve Yönetim**, Adım Yayıncılık, Ankara, 1991.
- CHON Kye-Sung and Michael D. OLSEN, "Applying the strategic management process in the the management of tourism organizations, **Tourism Management**, Vol.11, No. 3, September, 1990.
- CHOY Dexter J. L., " Tourism Planning: The case for market failure ", **Tourism Management**, Vol. 12, No. 4, December, 1991.
- COLTMAN Michael M., **Introduction to Travel and Tourism: An International Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.
- COOPER Chris, "Case Study : Resorts in decline - the management response", **Tourism Management**, March, 1990.
- COOPER Chris, "Product Lifecycle" , **Tourism Marketing and Management Handbook**, Eds: Stephen F. WITT and Luiz MOUTINHO, Prentice Hall, London, 1995.
- COŞKUN Beyhan, **Turizmde Pazar Bölümlendirmesi ve Turist Profili: Göreme Örneği**, Bitirme Tezi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1995.
- COŞKUN Mevlüt "Taşınmaz Kültür ve tabiat Varlıklarının Korunması ve Kapadokya'nın Önemi", **Kapadokya Toplantıları III : Kapadokya'nın Tabii-Kültürel Değerleri ve Koruma Sorunları**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Ankara, 1997.
- ÇETİN İhsan, "VII. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm", **1. Turizm Şurası**, T.C.Turizm Bakanlığı, Minpa Matbaacılık Tic. Ltd. Şti., Ankara, 1998.
- DAVIDSON Rob, **Tourism in Europe**, Pergamon Books, London, 1992.
- DEDEOĞLU Erdoğan, "İl Özel İdarelerinin Tarihi Gelişimi ve Bugünkü Durum", **Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi**, Cilt:2, Sayı:13, Laser Ofset, Ankara, 1997.
- DEDEOĞLU Erdoğan, "İl ve İlçe Koordinasyon Kurulları İle İl ve İlçe İstişare Meclislerinin Kuruluş ve Çalışmaları", **Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi**, Laser Ofset, Cilt:1, Sayı:4, Ankara, 1996.
- DEMİR M. Hulusi, Bülent BİRCAN ve Hülya TÜTEK, **Yönetmelik Karar Verme**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1985.

DİNLER Zeynel, **Bölgesel İktisat**, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 3-049-0133, Bursa, 1987.

DOĞAN Hasan Hüseyin, "Türkiye Ulusal Kalkınma Planlarının Bölge Planlamasına Yaklaşımları" **7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi**, 1. Kitap, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü İzmir, 1997.

DOĞAN Muammer, **İşletmelerde Karar Verme Teknikleri**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1985.

DRISCOLL Angie, Rob LAWSON and Brian NIVEN, "Measuring Tourists' Destination Perceptions", **Annals of Tourism Research**, Vol. 21, No. 3, 1994.

EDGEELL David L., "The Formulation of Tourism Policy - A Managerial Framework" **Travel, Tourism, and Hospitality Research : A Handbook for Managers and Researchers**, Editörler: J. R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley & Sons, New York, 1987.

ELÇİN ARIKAN Yeşeren, "Planlama Kurumunun Yeniden Yapılandırılması ve Bölge Planlama", **7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi**, 1. Kitap, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İzmir, 1997.

ELKIN Randy D. and Randall S. ROBERTS, "Evaluating the Human Resource (Employment) Requirements and Impacts of Tourism Developments", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörler: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.

ERAVŞAR Osman, **Kapadokya'da İnsan Yerleşim Alanları ve Sorunları**, Kapadokya Vakfı, Kapadokya Vakfı Yayınları, Nevşehir, 1996.

EREN Erol, **İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim**, Cilt 1, Yenilenmiş 3. Baskı, İşletme Fakültesi yayın No: 234, İstanbul, 1990.

ERGİN Esin, **İşletme Politikası**, Der Yayınları, İstanbul, 1992.

ERKAL Mustafa E., **Bölge Açısından Azgelişmişlik**, Der Yayınları, İstanbul, 1990.

ERKAN Hüsnü ve Canan ERKAN, **Ekonomide Sosyal Demokrat Alternatif**, Altın Kitaplar, İstanbul, 1989.

FLETCHER John E., "Input-Output Analysis" , **Tourism Marketing and Management Handbook**, Eds: Stephen F. WITT and Luiz Moutinho, Prentice Hall, London, 1995.

- GEE Chuck Y., James C. MAKENS and Dexter J.L. CHOY, **The Travel Industry**, Second Edition, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.
- GEE Chuck Y., **Resort Development and Management For Operators, Developers and Investors**, The Educational Institute of The American Hotel & Motel Assosiation, Michigan, 1981.
- GETZ Donald, "Capacity to Absorb Tourism: Concepts and Implication for Strategic Planning", **Annals of Tourisn Research**, Vol. 10, No. 2, 1983.
- GETZ Donald, "Models in tourism planning : Towards integration of theory and practice" **Tourism Management**, March,1986.
- GETZ Donald, "Tourism Planning and Destination Life Cycle", **Annals of Tourism Research**, Vol. 19, No. 4, 1992.
- GILBERT D. J. and R. KAPUR, "Strategic Marketing Planning and the Hotel Industry", **International Journal of Hospitality Management**, Pergamon Press Plc., Vol. 9, No:1, Great Britain, 1990.
- GRABON H. Nelson ve Jafar JAFARI, "Introduction: Tourism and Scholarship in Retrospect", **Annals of Tourism Research**, Vol. 18, No:1,1991.
- GREEN Howard, Colin HUNTER and Bruna MOORE, " Assessing the environment impact of tourism development : use of Delphi technique", **Tourism Management**, Vol.11, No.2, June, 1990.
- GUNN Clare A., **Tourism Planning**, Second Edition, Taylor &Francis, New York, 1988.
- GUNN Clare A., "A perspective on the Purpose and Nature of Tourism Research Methods" **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.
- GUNN Clare A., "Environmental Design and Land Use", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörs: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.
- GUNN Clare A., "Emergence of effective tourism planning and development", **Tourism: The State of the Art**, Editör: A. V. SEATON, John Wiley & Sons, Chichester, 1994.
- GÜLYAZ Murat E. ve Halis YENİPİNAR, **Doğanın Mucizesi Kapadokya**, Nevşehir Valiliği, Turizm Geliştirme ve Tanıtım Vakfı Başkanlığı, Ajans Matbaacılık A.Ş., Ankara, 1997.
- HARSEL Jan Van, **Tourism: An Exploration**, Third Edition, Prentice Hall International New Jersey, 1994.

HAYWOOD K. Michael, "Responsible and Responsive Tourism Planning in the Community", **Tourism Management**, June, 1988.

HAYWOOD K. Michael, "Can the tourist-area life cycle be made operational ?" **Tourism Management**, Vol.7, No. 3, September, 1986.

HEATH Ernie and Geoffrey WALL, **Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach**, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1992.

HOLLOWAY J. Christopher and R V PLANT, **Marketing for Tourism**, Second Edition, Pitman, London, 1992.

HUDMAN Lloyd E. and Donald E. HAWKINS, **Tourism in Contemporary Society, An Introductory Text**, A national Publisher Book, Prentice Hall, New Jersey, 1989.

INSKEEP Edward, **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.

INSKEEP Edward, "Environmental Planning for Tourism", **Annals of Tourism Research**, Vol. 14, 1987.

İÇÖZ Orhan, **Turizm İşletmelerinde Pazarlama : İlkeler ve Uygulamalar**, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1996.

İÇÖZ Orhan, "Turizm Planlaması Bakımından Turistik Bölgelerin Yaşam Eğrileri ve Ege Bölgesinin Başlıca Turizm Merkezleri", **V. Ulusal Turizm Kongresi**, Kuşadası, Güven Ofset, Aydın, 1994.

İÇÖZ Orhan, **Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler**, Yayınlanmamış Doçentlik Çalışması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1991.

İÇÖZ Orhan, "Turizm Sektöründe Plan ve Planlamanın Önemi", **Turizm Yıllığı**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1993.

İÇÖZ Orhan, "Türkiye'de Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Temel Sorunları ve Öğrencilerin Okul Sonrası Mesleki Yaşama Uyumu Konusunda Bir Değerlendirme", **Haftasonu Semineri I**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1994.

İÇÖZ Orhan, "Turizm Araştırmalarının Alanları ve Temel Sorunları", **Anatolia**, Mart, 1995.

İÇÖZ Orhan, "Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?", **Anatolia**, Ocak-Haziran 1994.

KAHRAMAN Nüzhet, **Turizmde Yatırım Projeleri**, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1986.

KAHRAMAN Nüzhet, "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", **1. Turizm Sempozyumu**, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, 1994.

KADT Emanuel de, **Tourism - Pasport to Development**, Oxford University Press, New York, 1979.

KARAYALÇIN İ. İlhami, **Yöneylem "Harekat" Araştırması Operation Research Kantitatif Planlama ve Karar Verme Yöntemleri**, Geliştirilmiş Üçüncü Baskı, Menteş Kitabevi, İstanbul, 1993.

KAYNAK Erdener, "Sitemler Modeli ve Pazarlama Analizi", **Pazarlama Dergisi**, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Enstitüsü Yayını, İstanbul Matbaası, Yıl: 3, S. 4, İstanbul, 1978.

KEANE Michael J., Pauric Brophy and Michael P. CUDDY, "Strategic management of island tourism - the Aran Islands", **Tourism Management**, Vol. 13, No.4, December, 1992.

KLARIC Zoran, "Establishing Tourist Regions", **Tourism Management**, Vol. 13, No: 3, September, 1992.

KOÇEL Tamer, "Modern Yönetim Yaklaşımları", **İş İdaresi**, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 39, Etam A.Ş., Eskişehir, 1990.

KORÇA Pervin, **Halkın Turizmin Çevresel Etkilerini Algılaması ve Değerlendirmesi**, TUGEV, Yayın No: 31, İstanbul, 1994.

KOSTER Martinus Jan, "Tourism Research in European National Tourist Organizations" **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editör: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1988.

LEIPER Neil, "The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry", **Annals of Tourism Research**, Vol.6, No:4, 1979.

MATHIESON Alister and Geoffrey WALL, **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989.

McINTOSH Robert W. ve Charles R. GOELDNER, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, Sixth Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1990.

McINTYRE George, **Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners**, World tourism Organization, Madrid, 1993.

MILL Robert Christie, **Tourism: The International Business**, Prentice Hall Career & Technology, New Jersey, 1990.

MILL Robert Christie and Alastair M. MORRISON, **The Tourism System**, Second Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey, 1992.

MORRISON Alastair M., **Hospitality and Travel Marketing**, Second Edition, Delmar Publisher, Albany, 1996.

MUCUK İsmet, **Modern İşletmecilik**, Üçüncü Basım, Der Yayınları, İstanbul, 1987.

MURPHY Peter E., **Tourism: A Community Approach**, Routledge, New York, 1985.

MURPHY Peter E., "Community Driven Tourism Planning", **Tourism Management**, June, 1988.

NASH Dennison, "Tourism as a Form of Imperialism", **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**, (Editör) Valene L. SMITH, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989.

NESİAD, **Nevşehir'in Ekonomik Yapısı**, İl Koordinasyon Kuruluna Sunulan Rapor, 1999.

Nevşehir İl Turizm Müdürlüğü, **Nevşehir'97**, Met Ajans, Nevşehir, 1997.

Nevşehir Valiliği, **Nevşehir İl Yıllığı 1999**, Nevşehir Valiliği, Yayına Hazırlanmakta.

N.T.S.O. "Meslek Ahlakına Önem Verin", **Nevşehir Ticaret Gazetesi**, Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası Aylık Yayını, Yıl:9, Sayı:91, 1999.

OLALI Hasan, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İşletme Fakültesi Yayınları No. 228, İstanbul, 1990.

OLALI Hasan ve Alp TİMUR, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Tic.Matbaacılık Şt., İzmir, 1988.

ORAL Saime, **Turizm İşletmelerinde Karar Verme, Planlama ve Bütçeleme**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1990.

ORAL Saime, "Şebeke Analizi Tekniklerinin Turizm İşletmelerinde Kullanılması ve Bir Örnek Uygulama", **Turizm Yıllığı**, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., Ankara, 1992.

OWEN Charles, "Building a relationship between government and tourism", **Tourism Management**, December, Vol: 13, No: 4, 1992.

ÖKTEM Kemal, Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Gelişimi, **Türk İdare Dergisi**, İçişleri Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Sayı: 378, Ankara, 1988.

ÖKŞEN Tayfur, "İl ve İlçe Düzeyinde Planlama Yönetimi" **Türk İdare Dergisi**, İçişleri Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Sayı: 374, Ankara, 1987.

ÖNEY Erden, **İktisadi Planlama**, Gözden Geçirilmiş 4. Baskı, Savaş Yayınları, Ankara, 1985.

ÖZALP İnan, **Yönetim ve Organizasyon**, Cilt I, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1986.

PEARCE Douglas, **Tourist Development**, Second Edition, Longman Scientific & Technical, Essex, 1989.

PEARCE Douglas, "Tourism and the European Regional Development Fund: The First Fourteen Years, **Journal of Travel Research**, Winter, 1992.

PEKŞEN Yalçın, **Nevşehir'den Newyork'a : Gezi Notları**, Dördüncü Basım, Varlık Yayınları, 1988.

PIGRAM J. J., "Alternative tourism: tourism and sustainable resource management" **Tourism Alternatives**, Editörler: V. L. SMITH and W. R. EADINGTON, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1992.

RITCHIE J.R. Brent, "Roles of Research in Tourism Management ", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editörler: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.

RİFAT Samih, "Gezginlerin Kapadokyası", **KAPADOKYA**, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998.

ROBBINS Stephen P., **Management**, Fourth Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey, 1994.

RODRIGUES Christopher J., "*European travel - the way ahead*", Tourism Management, June, 1987.

RYAN Chris, **Recreational Tourism : A Social Science Perspective**, Routledge, New York, 199.

SAATÇI Mustafa, Ekrem Dölek, vd., **Nevşehir'in Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Gelişme Potansiyelleri**, Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odası Tarafından Hazırlanmış Yayınlanmamış Rapor, Nevşehir, 1997.

SAĞDIÇ, Ozan, **Kapadokya: Komple Gezi Rehberi**, Kapadokya Turizm Geliştirme ve Tanıtma Vakfı, Pan Matbaacılık, Ankara, 1994.

SAVAŞ Vural, **Kalkınma Ekonomisi**, 4.Baskı, Beta, İstanbul, 1986.

SEFERİS, **Yorgo Kapadokya Kaya Kiliselerinde Üç Gün**, Çeviren: Samih RİFAT, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1995.

SEVİN Veli, "Tarihsel Coğrafya", **KAPADOKYA**, Editör: Metin SÖZEN, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998.

SHOCLEFORD Peter, "Global tourism trends", **Tourism Management**, June, 1987.

SINCLAIR M. Thea and M. J. STABLER, " New Perspectives on the Tourism Industry", **The Tourism Industry - An International Analysis**, Eds: M. Thea SINCLAIR and M.J. STABLER, C.A.B. International, Oxon, 1991.

SMITH Stephen L. J., **Tourism Analysis : A Handbook**, Longman Scientific & Technical, New York, 1989.

SÖZEN Metin, "Yanardağların Armağanı", **KAPADOKYA**, Editör: Metin SÖZEN, Ayhan Şahenk Vakfı, İstanbul, 1998.

STONER James A. F. and R. Edward FREEMAN, **Management**, Fifth Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey, 1992.

ŞAHİN Mehmet, **İş İdaresi**, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:39, Etam A.Ş., İzmir, 1990.

TAYLOR Gordon D., "Research in National Tourist Organizations ", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editör: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.

T.C. İçişleri Bakanlığı, **İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlükleri Görev ve Çalışma Yönergesi**, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, APK Yayın No: 30, Kent Matbaası, Ankara, 1991.

T.C. Orman Bakanlığı, **Milli Parklar ve Yaban Hayatı**, Milli Parklar ve Av -Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü, Seri No:1, Yayın No: 1, Ankara, 1993.

T.C. Turizm Bakanlığı, **Turizm Sektörü Ana Planı**, T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Ankara, 1994.

T.C. Turizm Bakanlığı, **Kapadokya Turizm Yatırım Alanları**, T.C. Turizm Bankası A.Ş. , Fiziksel Planlama Grup Başkanlığı, Ankara, 1986.

T.C. Turizm Bakanlığı, **Türkiye'de Turizm Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yatırımlar Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1995.

TİMUR Alp, Orhan İÇÖZ, vd., **Ege Bölgesi Turizminin Sektörel Analizi ve Gelişme Stratejileri**, ESİAD Yayın No:94/ESA-7, İzmir, 1994.

TİMUR Alp, "Turizm Eğitiminde Darboğazlar", **Haftasonu Semineri I**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1994.

TOKGÖZ Erdiç, "Türkiye'nin Kalkınmasında Bölgesel Dengesizlikler ve Güneydoğu Anadolu Projesi" **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Hacettepe Üniversitesi, Cilt: 3, Sayı: 1-2, Ankara, 1985.

TOSUN Kemal, **İş İdaresi**, Editör: Mehmet ŞAHİN, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:39, Etam A.Ş., İzmir, 1990.

TOSUN Kemal, **Yönetim ve İşletme Politikası**, İşletme Fakültesi Yayın No:232, İstanbul, 1990.

TÜMER Sumru, "Neden Stratejik Yönetim", Verimlilik Dergisi, MPM Yayını, Sayı: 1993/1, Ankara, 1993.

**Türkiye'de Bölge Planlamasının Evreleri**, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği Yayınlarından No: 2, Levent Ofset Mat. ve Yay. Tic. Ltd. Şti., Ankara, 1993.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, **TOBB Sektör Kurulları: Sektörel Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, TOBB yayınları No Genel: 266, Ajans Plus, Ankara, 1993.

UNUTULMAZ Osman ve İnci VARİNLİ, "Kapadokya Bölgesi'ndeki Otel İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Yönünden Değerlendirilmesi", **Kapadokya'nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları**, Hafta Sonu Semineri II, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 1995.

USTA Öcal, **Turizm**, Altın Kitaplar, İstanbul, 1992.

USTA Öcal, **Turizm: Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988.

VEAL A. J., **Research Methods for Leisure and Tourism - A Practical Guide**, Longman, Essex, 1992.

WILLIAMS Allan M. and Gareth SHAW, **Tourism and Economic Development**, Second Edition, Belhaven Press, London, 1991.

WILLIAMS Peter W., "Evaluating Environmental İmpact and Phisical Carrying Capacity in Tourism", **Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers**, Editör: J.R. Brent RITCHIE and Charles R. GOELDNER, John Wiley and Sons, New York, 1987.

World Tourism Organization, **Integrated Planning**, AVDA, Del Generalisimo, 59 - Madrid -16, WTO, Madrid, 1978.

World Tourism Organization, **National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies**, International Thomson Business Press, London, 1994.

World Tourism Organization, **Report on Physical Planning and Area Development for Tourism in the Six WTO Regions**, WTO, Madrid, 1980.

YILDIZ Rifat ve Salih KUŞLUVAN, "Kapadokya'da Konaklama Sektöründe Zararlı Fiyat Rekabeti Sorunu ve Çözüm Önerileri", **Kapadokya'nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları**, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Özkan Matbaacılık, Ankara, 1995.

YÜZÜGÜLLÜ Nihat, **Bakım Planlamasının Boyutları ve Planlama İçin Modeller**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No.50, Eskişehir, 1984.

#### **Birinci Kaynaktan Bilgi Alınan Kurumlar ve İşletmeler**

Nevşehir, Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği.

Nevşehir, Göreme Tarihi Milli Park Müdürlüğü.

Nevşehir, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü.

Nevşehir, Ürgüp Belediye Başkanlığı.

Nevşehir, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu.

Nevşehir, Argeus Seyahat Acentası (THY Acentası).

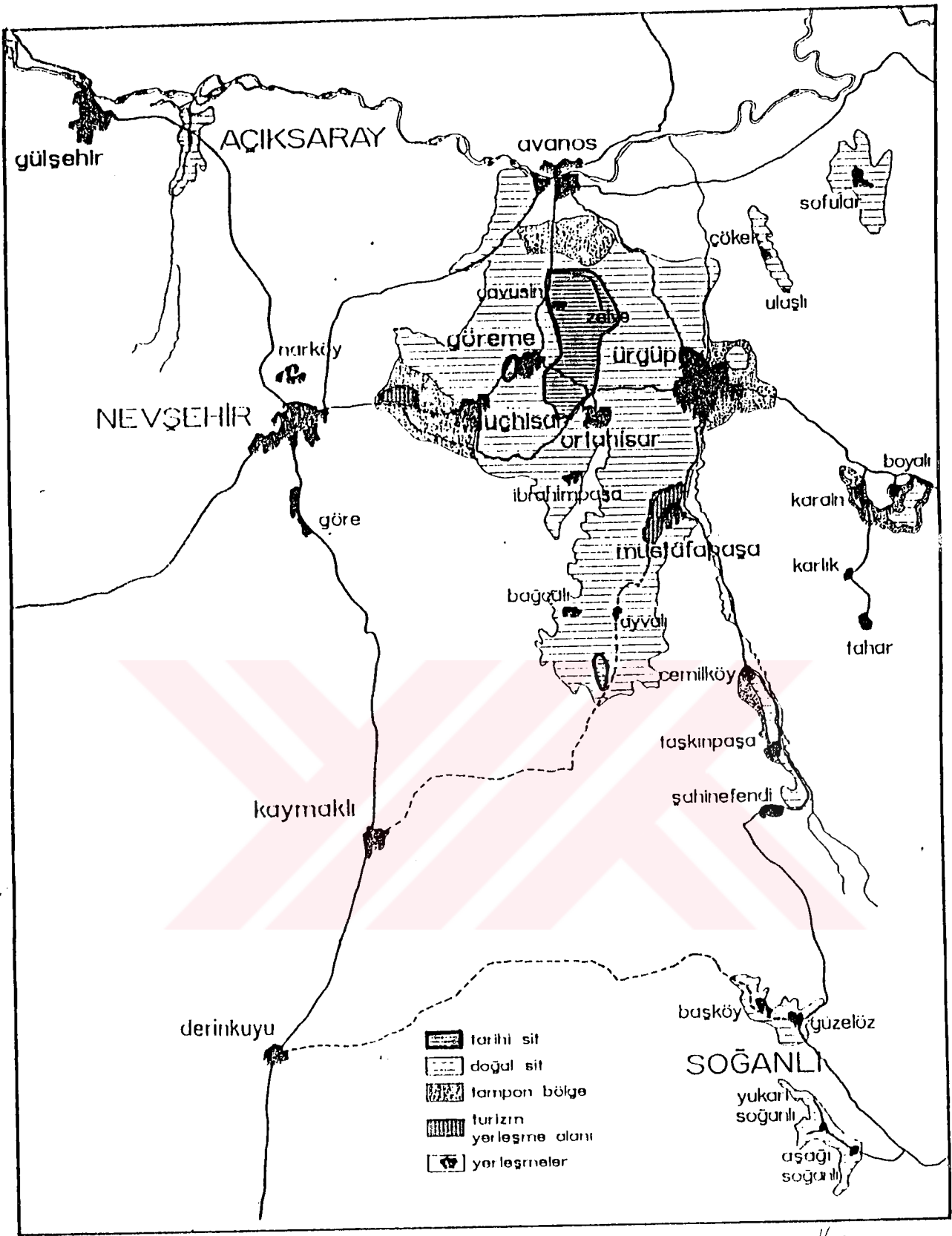
Nevşehir, Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği.

Nevşehir, Yama Tur, TURSAB Temsilcisi, Göreme.

Nevşehir, Nevşehir Valiliği, İl Planlama Müdürlüğü.

Nevşehir, Nevşehir Belediye Başkanlığı.

Nevşehir, Nevşehir İl Kültür Müdürlüğü.



Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunun  
10.7.1976 gün ve A-69 sayılı Kararından aplike edilmiştir.

**Ek 2. Turizmin Bölgesel Etkileri Anketine Katılanların Listesi**

|    |                       |                  |                |
|----|-----------------------|------------------|----------------|
| 1  | Şerefnur OKTAY        | Vali Yardımcısı  | Nevşehir       |
| 2  | A. İhsan PELENK       | Kaymakam         | Avanos         |
| 3  | Ahmet KOYUNCU         | Kaymakam         | Derinkuyu      |
| 4  | Ubeydullah ERİN       | Kaymakam         | Gülşehir       |
| 5  | Mustafa YEMLİHALIOĞLU | Kaymakam         | Hacıbektaş     |
| 6  | Abdurrahman İNAN      | Kaymakam         | Acıgöl         |
| 7  | Ülkü ÜNAL             | Kaymakam         | Ürgüp          |
| 8  | Süleyman ERGÖR        | Belediye Başkanı | Nar            |
| 9  | Mustafa ÖZCİVAN       | Belediye Başkanı | Hacıbektaş     |
| 10 | İbrahim CEYLAN        | Belediye Başkanı | Göre           |
| 11 | Mehmet ŞEN            | Belediye Başkanı | Kaymaklı       |
| 12 | Nuri BİÇEM            | Belediye Başkanı | Acıgöl         |
| 13 | Kadem ALBAYRAK        | Turizm İl Müdürü | Nevşehir       |
| 14 | Fehmi İNCİDİŞ         | Otel Yöneticisi  | Perissia Oteli |
| 15 | O. Fevzi TAŞER        | Otel Yöneticisi  | Turban Motel   |
| 16 | Adnan ÖZGÜR           | Otel Yöneticisi  | Dedeman Oteli  |
| 17 | Şermin ATAMAN         | Otel Yöneticisi  | Ataman Oteli   |
| 18 | Nazif DEMİR           | Otel Yöneticisi  | Lapis Inn      |
| 19 | Murat ERKMEN          | Otel Yöneticisi  | Orsan Oteli    |
| 20 | İskender ERENLER      | Otel Yöneticisi  | Arkadaş Oteli  |
| 21 | Osman ATAĞ            | Seyahat Acentası | Turtle         |
| 22 | Osman BUDAK           | Seyahat Acentası | Efor           |
| 23 | Mustafa SOLAK         | Seyahat Acentası | Hiro           |
| 24 | Ali ALAGÜL            | Seyahat Acentası | Tempest        |
| 25 | Güray TÜYSÜZ          | Hediyelik Eşya   | Çömlekçilik    |

### EK 3. GÖRÜŞME SORULARI

Adı ve Soyadı:

Kurum veya işletme:

Asıl mesleği:

Nevşehir'de kaç yıldır bulunduğu:

Şu an bulunduğu görev:

Şu an bulunduğu görevi kaç yıldır yürüttüğü:

Eğitim düzeyi:

Yabancı dil:

Cinsiyeti ve yaşı:

- Nevşehir'in turizm gelişimi açısından güçlü yönleri nelerdir?  
Doğal ve kültürel çekicilikler  
Turizm işletmeciliği ve hizmet kalitesi  
Kurumsal ve fiziksel alt-yapı
- Nevşehir'in turizm gelişiminde eksiklikleri ya da zayıf kaldığı yönler nelerdir?  
Hizmet kalitesinin düşüklüğü  
Plansız turizm gelişimi  
Alt-yapı yetersizliği
- Nevşehir'de turizm gelişimini tehdit eden sorunlar nelerdir?  
Doğal ve kültürel değerlerin korunamaması  
Pazarlama sorunları  
Turizmin ekonomik faydalarının adil paylaşılmaması  
Turizm bilinci eksikliği  
Alt-yapı
- Turizm açısından Nevşehir'de varolan ancak kullanılamayan fırsatlar nelerdir?  
Talep ile ilgili kullanılamayan fırsatlar  
Arz ile ilgili kullanılamayan fırsatlar
- Nevşehir'de turizm gelişiminin amaçları ne olmalıdır?  
Ekonomik kalkınmayı sağlamak  
Doğal ve kültürel değerlerin korunması  
Tanıtım ve eğitim  
Turistlerin memnuniyeti

- Belirttiğiniz amaçlara ulaşmak için izlenmesi gerekli yol, sadık kalınması gerekli ilkeler nelerdir?  
Planlı gelişim  
Doğal ve kültürel değerleri koruyarak gelişim  
Pazarlama eğilimli gelişim  
Entegre gelişim
- Belirttiğiniz sorunları çözmek ve öngördüğünüz hedeflere ulaşmak için neler yapılabilir?
- Somut proje önerileriniz var mı?
- Mevcut turizm örgütlenmesinin belirttiğiniz sorunları çözebileceğine inanıyor musunuz ? Mevcut turizm örgütlenmesi ile başarı elde edilebilir mi?
- Nevşehir bölgesinde turizm örgütlenmesi nasıl olmalıdır? Bu örgütte kimler yer almalıdır?

#### Ek 4. Derinlemesine Görüşme Yapılan Turizm İşletmecileri

| No | Adı ve Soyadı     | Görevi             | İşletme Adı             | Yeri     |
|----|-------------------|--------------------|-------------------------|----------|
| 1  | Hasan MURAT       | Personel Müdürü    | Dedeman Oteli           | Nevşehir |
| 2  | Ruhi METİN        | Muhasebe Müdürü    | Dedeman Oteli           | Nevşehir |
| 3  | Ahmet KOÇDEMİR    | Genel Müdür        | Otel Altınöz            | Nevşehir |
| 4  | Ahmet YİĞİT       | Genel Müdür        | Kapadokya Lodge         | Nevşehir |
| 5  | Cem LALE          | Genel Müdür        | Otel Peri Tower         | Nevşehir |
| 6  | Hasan DİKLİCİ     | Genel Müdür        | Orsan Oteli             | Nevşehir |
| 7  | Sedat GÜMÜŞ       | Genel Müdür Yard.  | Otel Perissia           | Ürgüp    |
| 8  | Mustafa AYDEMİR   | İşletme Müdürü     | Büyük Almira Oteli      | Ürgüp    |
| 9  | Hanife DİNLER     | Genel Müdür Yard.  | Dinler Oteli            | Ürgüp    |
| 10 | Suat SEVER        | Genel Müdür        | Turban Motel            | Ürgüp    |
| 11 | Yılmaz ÇEKİRDEKÇİ | Genel Müdür        | Avanos Kızılırmak       | Avanos   |
| 12 | Hasan Özer GÖKMEN | Genel Müdür        | Altinyazı               | Avanos   |
| 13 | Mevlüt DÖNMEZ     | Ön Büro Müdürü     | Avrasya Oteli           | Avanos   |
| 14 | Abbas ATAMAN      | Sahip-Yönetici     | Ataman Oteli            | Göreme   |
| 15 | Hüsnü SUCU        | Genel Müdür        | Sinasos Oteli           | M.Paşa   |
| 16 | Yasef ŞİMŞEK      | İşletme Müdürü     | Karakuş Restaurant      | Ürgüp    |
| 17 | Asım DURUSU       | Sahip-Yönetici     | Dionysos Şarap Evi      | Ürgüp    |
| 18 | Hasan TURASAN     | Sahip-İşletme Müd. | Turasan şarapçılık      | Ürgüp    |
| 19 | Yaşar ERTAN       | Sahip-İşletme Müd. | Yaşar Baba Restaurant   | Ürgüp    |
| 20 | Şeyhmus ÇELİK     | Ortak-Yönetici     | Şömine Restaurant       | Ürgüp    |
| 21 | Erdal DÜZGELEN    | Yönetici           | SinbadRestaurant-Gazino | Ürgüp    |
| 22 | İsmet İNCE        | Sahip-İşletme Müd. | Tafana Restaurant       | Avanos   |
| 23 | Yalçın TOPAÇ      | İşletme Müdürü     | Taşhan Restaurant       | Uçhisar  |
| 24 | Ramazan ALP       | Ortak-İşletme Müd. | Yemeni Restaurant       | Uçhisar  |
| 25 | Ahmet YILDIRIM    | İdari Müdür        | Avanos Sentez Halı      | Avanos   |
| 26 | Seyhan DURU       | Sahip -Yönetici    | Hitit Carpet            | Avanos   |
| 27 | Hakan ÖZGÜL       | Yönetici           | Chez Galip              | Avanos   |
| 28 | Selçuk ÇATAK      | Sahip-Yönetici     | Fırınbaşı Çanak         | Avanos   |
| 29 | Mehmet Akif KÜÇÜK | Sahip-Yönetici     | Argos Hediyelik         | Avanos   |
| 30 | İlyas BERKTAŞ     | Ortak-Yönetici     | Berktaş Çanak-Çömlek    | Avanos   |
| 31 | Ergin ÖZDERİN     | Sahip-Yönetici     | Hacı Dede Çanakçılık    | Avanos   |
| 32 | Zafer ERDOĞAN     | Ortak - Yönetici   | Göreme Oniks            | Avanos   |
| 33 | Aydın GÜNEY       | Ortak-Yönetici     | Argeus Seyahat Acentası | Ürgüp    |
| 34 | Osman Nuri DİNLER | Ortak -Yönetici    | Kirkit Seyahat Acentası | Avanos   |
| 35 | Mehmet KEÇECİ     | Sahip -Yönetici    | YamaTur Seyahat Acent.  | Göreme   |

**Ek 5. Derinlemesine Görüşme Yapılan Kamu Kesimi Temsilcilerinin Listesi**

| No | Adı ve Soyadı             | Görevi                                             | Kurum Adı                                                | Yeri      |
|----|---------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------|
| 1  | Prof.Dr.Rıfat YILDIZ      | Yüksek Okul Müdürü                                 | Turizm Yüksek Okulu                                      | Nevşehir  |
| 2  | Dr. Salih KUŞLUVAN        | Öğretim Üyesi                                      | Turizm Yüksek Okulu                                      | Nevşehir  |
| 3  | Lütfü BUYRUK              | Öğretim Görevlisi                                  | Turizm Yüksek Okulu                                      | Nevşehir  |
| 4  | Filiz YÜKSEL              | Öğretim Görevlisi                                  | Turizm Yüksek Okulu                                      | Nevşehir  |
| 5  | İsteği ile ismi yazılmadı | Vali Yardımcısı                                    | Nevşehir Valiliği                                        | Nevşehir  |
| 6  | Alper COŞKUN              | Kaymakam                                           | Gülşehir Kaymakamlığı                                    | Gülşehir  |
| 7  | Murat DURU                | Kaymakam                                           | Derinkuyu Kaymakamlığı                                   | Derinkuyu |
| 8  | Avni KULA                 | Kaymakam                                           | Acıgöl Kaymakamlığı                                      | Acıgöl    |
| 9  | Kemal KIZILKAYA           | Kaymakam                                           | Avanos Kaymakamlığı                                      | Avanos    |
| 10 | Yalçın DEMİR              | Belediye Başkanı                                   | Nevşehir Belediyesi                                      | Nevşehir  |
| 11 | Nuri BİÇER                | Belediye Başkanı                                   | Acıgöl Belediyesi                                        | Acıgöl    |
| 12 | Kürşat NUMANOĞLU          | Belediye Başkanı                                   | Ürgüp Belediyesi                                         | Ürgüp     |
| 13 | Ruhi TOP                  | Belediye Başkanı                                   | Avanos Belediyesi                                        | Avanos    |
| 14 | Sadi GÜVEN                | Belediye Başkanı                                   | Derinkuyu Belediyesi                                     | Derinkuyu |
| 15 | Sami DEDE                 | Yönetim Kurulu Üyesi                               | Ticaret ve Sanayi Odası                                  | Nevşehir  |
| 16 | Hakkı AYDOĞAN             | Genel Sekreter                                     | Ticaret ve Sanayi Odası                                  | Nevşehir  |
| 17 | Veledin BİRSÖZ            | İl Turizm Müdürü                                   | İl Turizm Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 18 | Mehmet DEMİR              | İl Kültür Müdürü                                   | İl Kültür Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 19 | Abdulkadir TATAR          | İl Bayındırlık ve İskan Müdürü                     | İl Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü                        | Nevşehir  |
| 20 | Mevlüt COŞKUN             | Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürü | İl Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Müdürlüğü | Nevşehir  |
| 21 | Mehmet NARİÇİ             | Göreme Tarihi Milli Parkı Müdürü                   | Göreme tarihi Milli Park Müdürlüğü                       | Nevşehir  |
| 22 | Ahmet TAŞ                 | Turizm Danışma Müdürü                              | İl Turizm Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 23 | Hüseyin SULHAN            | Şube Müdürü                                        | İl Kültür Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 24 | Mustafa VAROL             | Şube Müdürü                                        | İl Kültür Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 25 | Abdurrahman YÜKSEL        | İl Müdür Yardımcısı                                | İl Turizm Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |
| 26 | Hayati ŞENELDİR           | Şube Müdürü                                        | İl Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü                        | Nevşehir  |
| 27 | Burhanettin DURAN         | Avukat                                             | Nevşehir Belediyesi                                      | Nevşehir  |
| 28 | Mustafa ALEVLİ            | Harita Mühendisi                                   | Nevşehir Belediyesi                                      | Nevşehir  |
| 29 | Gülbüz YAVUZ              | Uzman                                              | İl Planlama Müdürlüğü                                    | Nevşehir  |
| 30 | Arslan ÖZCAN              | Enformasyon Memuru                                 | İl Turizm Müdürlüğü                                      | Nevşehir  |