

T.C.
ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

BAKÜ'DEKİ KÜLTÜR TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU VE
POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ

Nijat HUSEYNLI

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ

ISPARTA – 2023



© 2023 [Nijat HUSEYNLI]

ETİK BEYANI

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak ve bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın hazırladığım bu tez çalışmasında;

Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

10/11/2023

Nijat HUSEYNLI

.....

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vi
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR	3
2.1. Turizm Kavramı ve Turizmin Gelişimi	3
2.2. Turizm Sektörünün Genel Özellikleri	7
2.3. Turistik Ürün	10
2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi	14
2.5. Turizm Çeşitleri.....	17
2.5.1. Katılımcı sayısına göre turizm çeşitleri.....	17
2.5.2. Ziyaret edilen yere göre turizm çeşitleri	18
2.5.3. Katılanların yaş gruplarına göre turizm çeşitleri.....	18
2.5.4. Katılanların gelir durumlarına göre turizm çeşitleri.....	19
2.5.5. Katılanların sahip olduğu amaç faktörüne göre turizm çeşitleri	19
2.5.6. Deniz turizmi.....	19
2.5.7. Kongre turizmi	20
2.5.8. Sağlık turizmi	22
2.5.9. Av turizmi	23
2.5.10. İnanç turizmi	23
2.5.11. Ekoturizm	24
2.5.12. Dağ turizmi.....	25
2.5.13. Gastronomi turizmi	25
2.5.14. Spor turizmi.....	26
2.5.15. Hüzün turizmi.....	26
2.5.16. Fuar turizmi	27
2.5.17. Sürdürülebilir turizm	27
2.6. Kültür Turizmi.....	28
2.6.1. Kültür turizminin çeşitleri	36
2.7. Azerbaycan Turizmi	38
2.7.1. Azerbaycanla ilgili genel bilgiler	38
2.7.2. Azerbaycan’da kültür turizmi.....	46
2.7.3. Bakü’deki kültür turizmi olanakları	57
2.7.4 Turizmin Azerbaycan ekonomisine etkisi	65
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	68
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	68
3.2. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı	68
3.3. Çalışma Grubu	69
3.4. Veri Toplama ve Verilerin Analizi	70
3.5. Geçerlilik ve Güvenirlilik.....	70
4. BULGULAR	72
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	88
KAYNAKLAR.....	94
EKLER.....	107

EK A. Görüşme Formu	108
EK B. Etik Kurul Onay Belgesi	109
ÖZGEÇMİŞ	110



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

BAKÜ’DEKİ KÜLTÜR TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ

Nijat HUSEYNLI

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ

Bir hizmet sektörü olan turizm, gün geçtikçe büyümeye ve gelişmeye devam etmektedir. Bugün, tüm dünyadaki hizmet ticaretinin yaklaşık %30’unu turizm sektörü tek başına oluşturmaktadır. Bu nedenle, ülkeler turizm pastasından daha fazla pay almak için rekabet etmektedirler. Turizm sektörü aynı zamanda diğer sektörlerin ve orta ölçekli işletmelerin gelişimine ivme kazandırdığı için ekonominin büyüme potansiyelini arttırmaktadır.

Azerbaycan ekonomisinin temelini petrol ve gaz sektörleri oluşturmaktadır. Son dönemlerde tarım ve turizm sektörleri geliştirilerek alternatif sektörlerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Aynı zamanda, turizmin ekonomik katkısının yanı sıra ülke tanıtımının da güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Turistlerin en çok ziyaret ettiği noktalardan başkent Bakü gerek doğal gerek kültürel çekicilikleri ile kültür turizmi kapsamında önemli bir turistik potansiyele sahiptir.

Yürütülen çalışmada, Bakü’nün kültür turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu konuda öneriler sunmak amaçlanmıştır. Çalışmanın verileri, Bakü’de kamu ve özel sektörde çalışan, konu ile bağlantılı kişilerden yüz-yüze görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Daha sonra içerik analizi metodu kullanılarak veriler öz ve daha anlamlı hale getirilerek tablollaştırılmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların çoğunluğu Bakü’nün kültür turizmi bağlamında oldukça geniş kapsamda bir zenginliğe sahip olduğunu ancak bu potansiyelin geliştirilmesinin önünde bazı engeller olduğunu vurgulamıştır. Söz konusu engellerden başlıcaları olarak; tanıtım sorunu, turistik ürün çeşitlendirmesi ve kalifiyeli eleman eksikliği öne çıkmaktadır. Çalışma sonuçlarının hem literatüre hem de Azerbaycan turizmine katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kültür turizmi, Bakü, Turistik ürün, Turizm potansiyeli

2023, 110 sayfa

ABSTRACT

Master's Thesis

DETERMINING THE CURRENT SITUATION AND POTENTIAL OF CULTURAL TOURISM IN BAKU

Nijat HUSEYNLI

**Isparta University of Applied Sciences
The Institute of Graduate Education
Department of Tourism Management**

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Derya TOKSÖZ KILIÇ

Tourism as a service sector continues to grow and develop day by day. Today, the tourism sector alone accounts for approximately 30% of the world's service trade. Therefore, countries are competing to get a larger share of the tourism pie. The tourism sector also increases the growth potential of the economy as it accelerates the development of other sectors and medium-sized enterprises.

The oil and gas sectors form the basis of Azerbaijan's economy. Recently, it is aimed to develop alternative sectors by developing the agriculture and tourism sectors. At the same time, it is aimed to strengthen the promotion of the country as well as the economic contribution of tourism. The capital Baku, one of the most visited spots by tourists, has an important touristic potential within the scope of cultural tourism with its natural and cultural attractions.

The aim of the study was to reveal Baku's cultural tourism potential and to offer suggestions on this subject. The data of the study was collected using the face-to-face interview method from people working in the public and private sectors in Baku and related to the subject. Then, using the content analysis method, the data was made concise and more meaningful and tabulated. As a result of the study, the majority of participants emphasized that Baku has a wide range of richness in the context of cultural tourism, but there are some obstacles to the development of this potential. The main obstacles in question are; Promotion problem, touristic product diversification and lack of qualified personnel come to the fore. It is thought that the results of the study will contribute to both the literature and Azerbaijani tourism.

Key Words: Tourism, Cultural tourism, Baku, Touristic product, Tourism potential

2023, 110 pages

TEŞEKKÜR

Tezimin yürütülmesinde desteğini ve emeğini hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ'a, çalışma süresince bana desteklerinden dolayı Sayın Araz MAMMADZADE'ye, görüşmeme katılarak tezime katkılarını sağlayan değerli görüşmecilere ve eğitim hayatım boyunca üzerinde emeği geçen tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Tezimin her aşamasında beni yalnız bırakmayan aileme ve eşime sonsuz sevgi ve saygılarımı sunarım.

Nijat HUSEYNLI
ISPARTA, 2023



ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 2.1. Kültürel turizm kaynakları	34
Şekil 2.2. Şirvanşahlar sarayı	59
Şekil 2.3. Kız kalesi	60
Şekil 2.4. İmamzade türbesi	61
Şekil 2.5. Gobustan'daki antik petroglifler	61
Şekil 2.6. Ateşgah tapınağı	62
Şekil 2.7. Şeki hanlar sarayı	63
Şekil 2.8. Yanardağ	64



ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Çizelge 2.1. Kültür turizminin olumlu ve olumsuz yönleri	33
Çizelge 2.2. Azerbaycan'daki doğayı koruma alanları	43
Çizelge 3.1. Araştırma soruları.....	69
Çizelge 4.1. Katılımcılar hakkında bilgi	72
Çizelge 4.2. Bakü için turizm sektörünün �nemi	73
Çizelge 4.3. Bakü’de geliştirilebilecek turizm türleri	75
Çizelge 4.4. Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu imkanlar	77
Çizelge 4.5. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engeller.....	79
Çizelge 4.6. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre	81
Çizelge 4.7. Bakü’de kültür turizminin geliştirilebilmesi için öneriler ve gelecek beklentileri	83
Çizelge 4.8. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesinin bölgeye yararları.....	86



1. GİRİŞ

Turizm gezmek, eğlenmek ve dinlenmek gibi amaçlarla yapılan gezileri ve bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel ve teknik çalışmaların tümünü kapsamaktadır. Turistik seyahat, insanların sadece bir yerden bir yere gitmesinin yanı sıra turistlerin kültürel, ekonomik ve toplumsal olarak da iletişim sağlamalarını kapsamaktadır. Turizm sayesinde insanlar seyahat ettiği bölgenin sahip olduğu çekiciliklerin ve de geçmişte yaşamış olan insanların bırakmış oldukları kültürel mirasın farkına vararak, gelecek kuşaklara daha yaşanılabilir bir dünya bırakmanın gerekliliğine inanarak hayata farklı acılardan bakabilme bilincine sahip olmaktadır.

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel manzaralar, turistik yerler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlamakta olup seyahatin kendisi kültürü oluşturmaktadır. Ancak kültür ve turizm arasındaki bağlantının belirli bir tüketim biçimi olarak daha açık bir şekilde tanımlanması ancak son yıllarda “kültür turizmi” kavramıyla gerçekleşmiştir (Richards, 2018: s.12). Kültür turizmine dair geçen zaman içerisinde birçok tanım denemeleri yapılmıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün kültür turizmine yönelik güncel tanımlaması ve açıklaması şu şekildedir “*Kültür turizmi, ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri/ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyeti türüdür. Bu çekicilikler/ürünler, sanat ve mimari, tarihi ve kültürel miras, mutfak mirası, edebiyat, müzik, yaratıcı endüstriler ve yaşam tarzları, değer sistemleri, inançları ve gelenekleri ile yaşayan kültürleri kapsayan bir toplumun ayırt edici maddi, entelektüel, manevi ve duygusal özellikleri ile ilgilidir.*” (UNWTO, 2017: s.18). Bu yeni tanım, çağdaş kültür turizminin yalnızca alanlar ve anıtlarla değil, aynı zamanda yaşam biçimleri, yaratıcılık ve 'gündelik kültür' ile de ilgili olan çok daha geniş doğasını doğrulamaktadır. UNWTO (2018) raporunda da vurgulandığı üzere kültür turizmi alanı klasik Batı'nın somut mirasına yapılan önceki vurgudan, dünyanın her köşesindeki çeşitli kültürel pratiklerin çok daha geniş ve kapsayıcı bir alanına doğru ilerleme göstermiştir.

Kültür turizminin ülkeler için olumlu etkileri günümüzde yaygın olarak kabul edilmektedir. Kültür turizminin en avantajlı yönlerinden biri ekonomik gelişme veya yenilenme aracı olarak kullanılmasıdır. Kültür turizminin en avantajlı yönlerinden biri ekonomik gelişme veya yenilenme aracı olarak kullanılmasıdır (Richards, 2003). Kültür turizmi, şehir merkezlerinin yeniden canlandırılmasına, mevcut kültürel tesislerin geliştirilmesine, yeni kültür merkezleri oluşturulmasına, şehirlerin diğer alanlardan öne çıkmasına ve şehir imajlarının değiştirilmesine temel oluşturabilmesi nedeniyle birçok kentsel dönüşüm stratejisinin merkezine yerleştirilmiştir (Herrero vd., 2006). Ülkelere yönelik yatırımların çekilmesinde önemli bir turizm türü olan kültür turizmi, Azerbaycan gibi gelişmekte olan ülkeler için de kayda değer gelişim fırsatlarını içermektedir. Eşsiz bir turizm potansiyeline sahip olan Azerbaycan'ın turizmden elde ettiği gelirin ülke ekonomisine katkı sağladığı bilinen bir gerçektir. Ancak, ülkenin kültür turizmi bağlamında hala istenen noktada olmadığı kabul edilmektedir (Seferov, & Hesenov, 2006; Khalilova, 2008). Bu bağlamda, Azerbaycan turizmi, son yıllarda kaydettiği büyük aşamalar paralelinde gelişmeye devam etmektedir. Azerbaycan'ın kültür ve turizm potansiyelini ortaya çıkararak tanıtımını yapmak, ülkeye petrol dışında başka sektörden döviz girdisi sağlamak, istihdamı ve yatırım imkanlarını artırmak, turizmde iç ve dış pazar dengesini sağlamak, ülke turizmini daha sağlıklı bir yapıya kavuşturmak amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları işbirliği içinde faaliyetlerini yürütmektedir.

Yürütülen araştırmanın amacı, Bakü'nün sahip olduğu kültür turizmi potansiyelini ortaya çıkararak/araştırarak bölgede kültür turizminin gelişimi için öneriler sunmaktır. Aynı zamanda literatürde Bakü'nün kültür turizmi potansiyeline dair güncel çalışma olmaması araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Yürütülen çalışma, daha sonra yapılacak araştırmalar için de bir kılavuz niteliği taşımaktadır. Araştırmanın ikinci kısmında literatür incelemesine yer verilmiş olup turizmin gelişimi, sektörün genel özellikleri, turizm çeşitleri, kültür turizmi, Azerbaycan turizmi ve Azerbaycan'da kültür turizmi kavramlarına değinilmiştir. Üçüncü kısımda ise araştırma yöntemi açıklanarak araştırmanın amacı ve önemi, konusu ve kapsamı, çalışma grubu, veri toplama, verilerin analizi, geçerlilik ve güvenilirlik kavramlarına yer verilmiştir. Araştırmanın dördüncü kısmında bulgular ana başlığı altında veriler analiz edilmiş ve bu analizler neticesinde araştırmanın son kısmında sonuç ve araştırmacının önerilerine yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR

2.1. Turizm Kavramı ve Turizmin Gelişimi

Bireylerin tarihsel süreçte devamlı olarak seyahat ettikleri bilinmektedir. İlk çağlarda yaşadıkları bölgelerden göç eden bireylerin ilk olarak yakın daha sonra da çay ve denizleri aşıp daha uzaklara gittikleri görülmektedir. Turizm sözcüğü, Latince belirli bir noktanın çevresinde hareket etme ya da bir noktadan başlayarak aynı noktaya dönme anlamındaki “tournus” sözcüğünden türemiştir. Türkçede seyyah sözcüğü turist, seyahat sözcüğü ise turizm kavramının karşılığı olarak kabul edilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: s.30).

Bacasız Sanayi şeklinde ifade edilen turizm; bireyin doğasındaki yeme-içme, dinlenme, seyahat ve eğlenme gibi arzuları karşılamaktadır. Bunlarla birlikte başta yerel halk olmak üzere söz konusu faaliyetin gerçekleşmesinde etkili olan yiyecek-içecek, ulaşım ve konaklama sektörüne dek hepsinin iyi düzeyde incelenmesi gereklidir. Gelişmekte olan ya da gelişmiş ülke ekonomilerinin, istihdam, işsizlik oranı, bölgesel gelişmişlik düzeyi, turizmden kazanılan gelirler ile bölge ya da ülkeye daha çok turist çekilmesi gibi birçok alanda gelişimin sağlanabilmesi için turizm sektörünün yararlarından faydalanılmaktadır (Uğuz, 2011: s.333; Çetintaş ve Bektaş, 2008: s.37).

Turizmin kavramsal olarak net bir şekilde açıklanmasının oldukça zor olduğu belirtilmektedir. Bunun temel sebebi turizmin oldukça karmaşık, geniş ve çeşitli faaliyetler olmasıdır. Turizmin açıklanabilmesi için gerçekleştirilen çalışmaların 19. yüzyılın sonundan yaşadığımız döneme dek uzanabildiği bilinmektedir. Turizm tanımındaki bir başka farklılığınsa konuyu incelemekte olan bireylerin çıkış noktalarına uymaması, yani konu kapsamında değer verilen faktörlerin farklı olmasıdır (Ünlüönen, vd. 2007: s.16-17).

Turizm ilk kez Guyer-Feuler tarafından 1905’de tanımlanmıştır. Turizmi, topluluk ve milletlerin birbirlerine yakınlaşmasında etkili olan modern döneme ait bir olay şeklinde ifade eden Guyer-Feuler, sonraki dönemlerde yapılan tanımlamaların da temelini atan kişi olarak bilinmektedir. İsviçreli Kurt Krapf ve Walter Hunziker, II.

Dünya Savaşında modern turizm kavramını ortaya koyan turizmin ilk tanımını gerçekleştiren ekonomistler olarak bilinmektedir. Yazarların turizmi misafirlerin kalıcı yaşam şeklinde biçimine kavuşturulmaması ya da gelir getiren mesleki faaliyetler yapılmaması koşuluyla konaklama ve seyahatlerinden kaynaklı gerçekleşen bütün ilişki ve olaylar şeklinde açıkladığı görülmektedir (Kozak vd., 1997: s.17). Turizmin karmaşık ve çok yönlü olay ve olguları kapsamaması nedeniyle farklı tanımların yapıldığı bilinmektedir. Turizm tanımı yapan kişilerin konuya bakış açısının farklı olması bu kavramın farklı şekillerde açıklanmasına neden olmuştur (Aydın, 2012: s.91).

Turizm, bireylerin devamlı olarak yaşadıkları bölgelerin haricinde gerçekleştirdikleri seyahatler olmasının yanında (Kahraman ve Türkay, 2006), söz konusu seyahatler küçük bir oranda bireylerin, büyük oranda ise ülkelerin ekonomisinde etkili olmaktadır. Bununla birlikte yeni iş alanlarının açılmasına olanak veren sektör olarak nitelendirilmektedir (Karapınar ve Barakazı, 2017: s.8; Çoban ve Özcan, 2013: s.244). Turizm alanında bireylerin bambaşka ülke veya bölgelere eğlenme, dinlenme ve ticaret gibi farklı maksatlarla seyahatlere çıktıkları belirtilmektedir (Işkın 2020: s.116).

Turizm, sosyal açıdan incelendiğinde şu şekilde tanımlanabilmektedir; “turizm bireylerin daimi konutlarının olduğu yer haricinde devamlı olarak yerleşmeksizin sadece askeri, politik veya para kazanmak amacı gütmeyen serbest bir ortamda merak, ticaret, kültür, din, seminer, spor, sağlık, dinlenme, deneyim kazanma, eğlence, snobik hedeflerle ya da akraba-dost ziyareti, kongrelere katılma vb. nedenlerle toplu ya da kişisel yapılan seyahatlerden, gidilen bölgelerde bir günden fazla veya oradaki konaklama tesislerinde minimum bir gece konaklamalarından orta çıkan ilişki ve işlerin tümü kapsamında gerçekleşen tüketim, bütünleşmiş ve ağır bir kültür hizmet endüstrisi ve sosyal bir olaydır” (Olalı ve Timur, 1988: s.35). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 1995) tarafından turizm: “gidilen yerde gelir elde etmeksizin ve bölgeye yerleşmeksizin kişilerin yabancı ülkelere gerçekleştirdikleri ziyaretler” olarak açıklanmıştır.

Hand ve Fang (1997: s.357) tarafından turizm, milli gelire katkısı olan, ödemeler dengesini pozitif yönde etkileyen ve istihdamı arttıran endüstri şeklinde tanımlanmıştır. Tekeli (2001: s.3), iş ya da yenilenme amacıyla bir yerden ayrılıp belli

bir yere gidilmesi için turizmin insan faaliyeti olarak açıklamıştır. Seyahatin kültürel, ekonomik, teknolojik ve sosyal faktörlerin karmaşık bir bütün olduğunu belirtmektedir. Yağcı (2007: s.11) turizmi, yaşanılan yerden uzaklaşıp kişilerin seyahatlerini kolaylaştırarak daha eğlenceli kılıp insanlara hizmet sunan bireyler ve iş kollarından meydana geldiğini ifade etmektedir.

Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanmış olan Büyük Türkçe Sözlüğünde ise turizm iki şekilde ifade edilmektedir. Söz konusu tanımlardan ilki görme, dinlenme, tanıma, eğlenme vb. amaçlar ile gerçekleştirilen geziler, ikincisi ise ülke ya da bölgeye turistin gelebilmesi için alınan kültürel, ekonomik, teknik önlemler ve yapılan faaliyetlerin tamamı şeklindedir (Türkçe Sözlük, 2005: s.2009). Bulunulan ülke ya da ülke dışında bir yerde para kazanma amacı gütmeksizin belli bir süre seyahat eden ülkenin konaklama tesisinde minimum bir gece kalan, ekonomik gücü, zamanı olan, rahatına düşkün, maceraperest olmayan ve geleneklerini koruyan bireylere turist denilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: s.40).

Turizm, ülkelerin gelişiminde etkili olan, tercih edilebilirlik bakımından cazip, oldukça büyük eylemdir. Bireyler turizm sayesinde ulaşım ve konaklama gereksinimlerini karşılayabilmek adına harcamalar gerçekleştirilmektedir. Söz konusu ihtiyaçların gün geçtikçe arttığı ve sonucunda ülkelerin üretimlerini, yatırımlarını ve gelirlerini arttırdığı belirtilmektedir. Turizmde kazanılmakta olan döviz gelirlerinin ülkelerin dış ödeme dengelerinde olumlu katkısının olduğu bilinmektedir (Erdoğan, 1996: s.224).

Erdoğan (1995: s.8) tarafından turizm, hizmet ve ürünler sunan turist şirketlerini, yönetimlerini (hükümet) ve ev sahibi olunan topluluklarıyla turistler ve diğer misafirleri cezbetme süreci içerisinde ağırlamakta olan organizasyonlar arasındaki etkileşimin neden olduğu bütün ilişki ve olayları ifade ettiği belirtilmiştir. Ünüsan ve Sezgin (2007: s.17)'e göre;

- Turist: sosyo-kültürel gereksinimler, dinlenme, aile bağları, eğlence, sürekli yerleşim amacı olmaksızın iş ya da eğlence zamanından faydalanmak için seyahat eden insanlar.

- Turizm ürün ve hizmetlerini sunan şirketler: Turizm pazarında istenilen hizmet ve ürünler iş adamları tarafından kar getiren imkanlar şeklinde görülmektedir.
- Ev sahibi yönetimler (hükümet): Politikacılar vatandaşların turizm faaliyetleriyle para kazanabileceğini düşünmektedir. Bu sebeple turistlerin harcamalarıyla dolaylı ya da doğrudan toplanan vergiler ve ülkeye gelen döviz politikacılar için önemlidir.
- Ev sahibi toplumlar: Buradaki herkesin turizmi kültürel ve ticari unsurlar şeklinde görmektedir.

Turizm aracılığıyla birçok ülkenin sosyo-kültürel değer ve varlıkları döviz sağlayan bir kaynak şeklinde kullanılabilir. Turistlerin ülkeye gelerek harcama yapmasıyla kazanılan döviz girdisi ve ihracat aracılığıyla kazanılan gelirin ülke ekonomisinde değerli ve önemli olduğu bilinmektedir (Akat, 1997). Pek çok ülkede turizmden kazanılan döviz, dolaylı ve doğrudan istihdamın oluşturulmasıyla kalkınma için temel görevi üstlenebilmektedir. Turizm, dünyadaki GSYİH'nın %5'ini etkilemektedir. Kimyasal, yakıt ve otomotiv ürünlerinden sonra dünyadaki en büyük dördüncü ihracat endüstrisi olarak bilinen turizm hizmetlerinin dünya ihracatında %6'yı oluşturduğu belirtilmektedir. Turizm, dünyadaki 235 milyon çalışan insandan ya da dünyadaki her 12 işin birinden sorumlu olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin gelişmekte olduğu bazı ülkelerde turizm gelirlerinin döviz kazancının temelini oluşturduğu görülmektedir. Söz konusu gelirin payının toplumun çeşitli gruplarına düştüğü ve şayet turizm yoksulluğunun azaltılmasına ilişkin güçlü bir odakla yönetilirse yoksul grupların turizm işletmelerinde, turistlere sunulmakta olan hizmet ve ürünlerde yerel halkın istihdamıyla doğrudan istihdam edilebildiği belirtilmektedir. Toplum temelli ve küçük işletmelerin meydana getirdiği söz konusu istihdam alanlarının, toplumdaki yoksulluk düzeylerinin azaltılmasında olumlu etkilerinin olduğu görülmektedir (WTTC, 2019).

İnsanlar sürekli olarak farklı yerler, kültürler, insanlar, hayvanlar, coğrafi oluşumlar vb. hakkında merak duymakta ve bilgi edinme istemektedir. Bilgi, eğitim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin varlığı, boş vakitlerde artış ve farkındalık düzeyi

bireylerin daha uzun süreli olarak, daha uzak yerlere seyahat etmeye yönlendirmektedir (Ekiz ve Köker, 2010: s.2860). Yapılan yer değişikliklerinin insanlık tarihi kadar eski olduğu bilinmektedir. İnsanlar asırlardır birçok sebep ve amaçlardan dolayı diğer coğrafyalara seyahat etmektedir (Kozak, 2010: s.5).

Roma İmparatorluğu'nda olimpiyat oyunlarına katılma, piramitleri görme, sağlık amacı ile termal kaynaklara seyahat etme yönündeki eğilimlerin araç ve yollardaki gelişmelerle daha da yaygınlaştığı görülmektedir. Orta Çağ'da din odaklı mekân ve seyahatler turizmdeki en önemli odak noktası durumuna gelmiştir. Rönesans dönemindeyse sanat eserlerinin olduğu şehirlere seyahatlerin arttığı dikkat çekmektedir (Kahraman ve Türkay, 2009: s.2). 1600-1750 yıllarının Büyük Tur Çağı şeklinde adlandırıldığı belirtilmektedir. Söz konusu dönemde genç aristokratların bilhassa eğitim için Avrupa'da kültürel, bilimsel, tarihi ve tabii güzelliklerin olduğu yerlere seyahatler gerçekleştirilmiştir (Yangibayev, 2011: s.45).

1914'den sonraki dönemin turizm için Modern Çağ şeklinde ifade edilmektedir. İzcilik gezilerinin bu dönemde moda haline geldiği ve ulaşımın daha ucuz ve kolay hale geldiği belirtilmektedir. Sonrasında kitle turizminin yaygınlaştığı, otomobil ve uçağın icadından sonra turistik faaliyetlerin gün geçtikçe daha da kolay bir hal aldığı bilinmektedir (Yangibayev, 2011: s.46). Turizm faaliyetlerindeki önemli gelişmelerin II. Dünya Savaşı'nın ardından gerçekleşmiş ve turizmin bu dönemde önemli düzeyde gelişmiş olduğu görülmektedir (Kınacı, Pehlivan ve Seyhan, 2011: s.2).

2.2. Turizm Sektörünün Genel Özellikleri

Turizmin sahip olduğu temel nitelikler aşağıda sıralanmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010).

- a) Öncelikle turizm bireylerin belli bir sürede çeşitli amaçlarla gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama bu kapsamdadır,
- b) Turizm, bireylerin gitmiş olduğu konaklama tesisleri haricinde, daimi yerleşme amacı gütmeksizin gerçekleştirdikleri seyahatler ve geçici konaklamaları kapsamaktadır,

c) Turizm gelir sağlama için bir mesleki faaliyette bulunmamak adına gerçekleştirilen seyahat ve konaklamadan meydana gelmektedir. Zira turizmin asıl amacının para kazanmak olmadığı, tüketim olayını oluşturduğu belirtilmektedir,

d) Turizm, serbest bir ortamda gerçekleştirilen hareketlerdir. Turizmde seyahat yapılan yer, konaklama yeri ve aracının serbestçe belirlendiği görülmektedir,

e) Turizm, bireylerin sağlık, iş, merak, din, kültür, dinlenme, snobik vb. amaçlar ile seminer, akraba ziyareti ve kongrelere katılım gibi nedenlerle yapılan seyahatleri ve buralardaki konaklamaları kapsar,

f) Turizm kişilerin toplu ve bireysel olarak gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklamaları kapsamaktadır,

g) Turizm, gezmenin neden olduğu dinamik elemanı, öte yandan seyahat edilen yerde bir gece konaklamayı aşan konaklamaların neden olduğu statik elemanı kapsamaktadır. Gecelemeyi aşan konaklamanın turizmin asıl yönelmiş olduğu tüketim amacının gerçekleşmesinde mutlaka zorlu olduğu belirtilmektedir,

h) Turizm, toplumda oluşan sosyal bir olay olarak nitelendirilmektedir. Turizmin daima varlığını sürdürmesi objektif bir nitelik kazanmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte ölçülebilir olması nedeniyle de bir miktar olay olarak da nitelendirilmektedir,

i) Turizm, yalnızca seyahatler ve konaklamadan meydana gelmemektedir. Seyahatler ve konaklamalar vesilesiyle oluşan bütün kurumlar, faaliyetler, davranışlar, işlemler de bu kapsamdadır. Dolayısıyla turizm bir endüstri olarak nitelendirilmektedir.

- Turizm çok farklı ve büyük yatırımları gerektirmektedir;

- Turizm bütünleşerek bir endüstri durumuna gelebilmiştir. Turizm sektöründe en önemli faktörü meydana getiren yiyecek-içecek, konaklama, rekreasyon, eğlence işletmeleri ve tamamlayıcı hizmet veren yatırımcılar, arz imkânı sunan turizm araçları, ulaştırma sektöründeki çalışanlar arasında birbirine yardımcı ve destek olan

iletişimin kurulması gereklidir. Söz konusu iletişimin asıl hedefi ağır endüstri ile bütünleşip kitle tüketimi oluşturmak ve yatırım kapasitesinden faydalanma oranını yükselterek toplumsal hareketi oluşturmak ve bunun sürekli olmasını sağlamaktır,

- Hizmet sektörü olan turizm, diğer sektörlerden farklı olarak hizmet pazarlamaktadır,

- Bir kültür bileşeni olan turizm, farklı kültürlerin arasında iletişimin kurulmasıyla kültür ve toplumların birbirine yaklaşmasını sağlayan önemli bir unsuru ortaya koymaktadır. Seyahat eden bireylere hem kültürel hem de ruhsal değişimin sağlanmasıyla psikolojik anlamda rahatlamaya yardımcı olunmaktadır. Bununla birlikte turizmin bir ülkenin kültürel varlığının tanıtılmasının önemli yollarından olduğu belirtilmektedir.

Daha çok konaklama ve seyahat sektörlerinden meydana gelen turizm, ülkelerin ekonomilerine pozitif etkisi olarak gelişmekte olan ülkelerin vazgeçilmezi olduğu görülmektedir. Yaşadığımız dönemde turizm sektörü yaklaşık olarak 200 milyon insana istihdam sağlamaktadır. Turizm ürünü, dünya ülkelerin %80'inden fazlasının ihracat ürünlerinde ilk beşi arasında bulunmaktadır (Rahimov, 2004: s.7).

İnsanoğlunun varoluşundan yaşadığımız döneme dek her yıl milyonlarca insanın ikamet ettiği yerden belli bir süre için ayrılıp başka ülkelere ya da şehirlere seyahat ederek, buralarda yeni yerlerin keşfedildiği, yeni insanlarla tanışıldığı, dinlenmek, eğlenmek vb. kültürel, sosyal ve psikolojik gereksinimlerini karşıladıkları belirtilmektedir. Ekonomik ve sosyal açıdan etkili geri dönüşlerin sağlandığı ve turizm açısından isimlendirilen bu faaliyetlerin güncel yaşantılarda oldukça önemli olduğu görülmektedir (Uçkun, 2004: s.28).

Geçen yıllarda öncelikle Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bölgelerinde yeni turizm destinasyonlarının faaliyete başladığı bilinmektedir. Hedeflerin önemli düzeyde çeşitlendiği ve gelişmekte olan ülkelere turistlerin gelişlerinin önemli düzeyde arttığı belirtilmektedir. Gelişmekte olan ülkelere gerçekleştirilen varışların 2011'de toplam uluslararası girişlerin %46'sını meydana getirdiği görülmektedir. Ayrıca turizmin gelişmekte olan ülkelerin ekonomisinde önemli belirleyici unsur olduğu belirtilmektedir (Goudie ve Cuff, 2002: s.440).

- Turizm, dünyadaki en az gelişmiş ülkelerdeki birinci ya da ikinci ihracat kazancı kaynağını meydana getirmektedir.

- Turizm sektörlerindeki büyümenin yönetilmesine yardımcı olabilecek uzun süreli stabilitenin güvence altına alındığı bilinmektedir.

- Turizm çatışma yönetimi tarzını desteklemektedir. Gelişimiyle çevresel değer, kültürel değerler ve sosyal değerlerin ziyaretçiler ve yerel halk için önemli olduğu görülmektedir.

- Yatırımların sanayiden elde edilen karlar ile sektörel büyüme bakımından önemli olduğu belirtilmektedir.

- Turizm ülkelerin yerel finansmanının sağlanması, vatandaşlara istihdamın oluşturulması, stratejik yönlerin bütünlüğünün güvence altına alınması ve stratejilerin geliştirilmesi adına değerli olduğu görülmektedir (Agaraj ve Murati, 2009).

Yaşadığımız dönemde ulusal ve uluslararası seyahate gidenlerin sayısının artmasıyla turizm pazarının da geliştiği dikkat çekmektedir. Turizm pazarına yönelik talebin artması ve rekabetin çoğalmasıyla turizm arz kaynaklarının farklılaşması mecburi bir hal almıştır. Sektördeki işletmelerin ürünlerinin çeşitlendirilmesiyle daha çok turist çekilmesinin hedeflendiği ve böylelikle turizm pastasından daha fazla pay alınmaya çalışıldığı görülmektedir (İbragimov, 2001: s.11.)

2.3. Turistik Ürün

Ürün, bir gereksinimin karşılanması için kullanım, tüketim, ele geçirme ya da dikkate alınması adına pazara sunulmuş olan herhangi bir şey olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle ürün, “istek veya ihtiyacı karşılayabilecek, dikkat çeken, kullanım, sahiplik veya tüketim adına bir pazara sunulabilen bir şey” olarak belirtilmektedir (İçöz, 2001: s.11). Buna karşın turistik ürün, turizmin kendisine özgü sektörel nitelikleri sebebiyle diğer ürünlere göre daha farklı olduğu bilinmektedir.

Turizm etkinlikleri kapsamında turistlere sunulmuş olan her bir faktörün esasen turistik ürünü oluşturduğu görülmektedir. Ürünün kompozisyonunda yaşanan bu farklılık, turistik ürün kavramının kapsam ve tanımının belirlenmesinin zorlaştığı belirtilmektedir. Bu hususta turistik tanıtım ve pazarlama alanlarının esas unsuru olan turistik ürünün tanımında bütün uzmanlarca kabul gören tek bir tanımın olmadığı

bilinmektedir. Turistik ürünün farklı bakış açıları ile incelendiğinde değişik tanımların ortaya çıktığı görülmektedir. Söz konusu tanımların ortak özelliğinin birçok alt üründen meydana gelen toplam ürün olduğu belirtilmektedir (Adan, 2004: s.16).

Dar anlamda turistik ürünün turist neyi satın alırsa o olduğu bilinmektedir. Geniş anlamdaysa, turistik ürün, turistin gittiği yerlerde bütün yaptıkları, kullandığı olanakları, malları ve yararlandığı hizmetlerin birleşiminden meydana gelmektedir. Dolayısıyla gidilen bütün turistik yerlerin ziyaretçilerine sunmuş olduğu turistik ürün ya da ürünleri olabilmektedir. Söz gelimi, Bursa ziyaretçilerine kışın kayak yapma, yazın ise dolaşma, ferahlama ve tırmanma faaliyetleri için göller, akarsular, dağlar ve kaplıcalardan oluşan bir çevre sunulmaktadır. Antalya’da ise Akdeniz’in denizi ve kumundan oluşan bir ürünle ziyaretçilerin karşılandığı görülmektedir. Turistlerin gittiği yerde kalacakları süreçte yapmak istedikleri faaliyet ve kullanacakları hizmetler arasında tercihler yapmaktadır. Bu anlamda gidilmiş olan yer ürününün, bir mağazadan bir ürünün beğenilip satın alınmasına benzemektedir. Şayet alıcı ürünün evine getirilmesini arzu ederse, “eve teslim” şartının satın alma durumunun bir parçası olduğu ve buna göre ödeme yapıldığı belirtilmektedir. Bunun gibi turistin tatil yapabileceği bir yere yolculuk etmesi, turizmin önemli bir parçasıdır (Erdoğan, 1995: s.40). Turistik ürün, “turistin seyahat sürecinde faydalandığı yeme-içme, konaklama, ulaştırma, eğlence vb. birçok servisin birleşimi” şeklinde ifade edilmektedir (Oral, 1988: s.96).

Turizmde ürünün iki şekilde ortaya çıktığı belirtilmektedir. Bunlardan ilki, bir yöre ya da ülkenin mevcut bütün tarihi, doğal ve turistik kaynakların meydana getirdiği turistik üründür. Bir diğeri ise, tüketicilerin gerçekleştirdikleri yeri değişimlerinin ve tatil yapabilmelerine olanak sunan bütün hizmetlerin, yani paket halinde turu meydana getiren turistik hizmetlerin tamamıdır (Hacıoğlu, 2000: s.39).

Turizm işletmelerinin genelde turistlerin ihtiyaçlarını tek başlarına karşılayamadıkları bilinmektedir. Bir uçak, otel ya da tren kendi başına turizm yapamamaktadır. Bu sebeple turizm pazarlamasının farklı unsurları ile bir araya getirilen bir ürün temeline dayandığı belirtilmektedir. Bir ürünün gerçekleşebilmesi için haberleşme ve enformasyon unsurlarının da eklenmesi gerekmektedir. Turist için önemli olarak nitelendirilen, en ucuzu, en iyisi ya da en önemlisi olan hoş gidenin seçilebilmesi

olduğu belirtilmektedir. Turizm işletmelerinde ya da pazarlamasındaki amaç, tüketicinin olabilecek en iyi biçimde tatmin edilmesiyle üreticilere optimal kar sağlanması arasında bir uzlaştırıcı dengenin kurulmasıdır. Birbirini tamamlayan kuruluşların pazarlama çabalarının söz konusu olduğu belirtilmektedir (Kozak vd., 2010).

Sonuç olarak turizm ürünü, gidilen bir yerde, bilhassa turistlerin kullanımı ve turistlerin sunulan hizmeti kullanabilmesi adına var olan imkanlar, tesisler ve hizmetler bütünüdür (Erdoğan, 1995: s.41). Bir turistik ürünü meydana getiren faktörlerin genel anlamda üç temel başlıkta incelenebileceği belirtilmektedir (Hacıoğlu, 2000);

1. Turistleri çekebilen bir ülke ya da bölgenin kültürel, doğal, sanatsal, tarihi değer ve varlıkları,
2. Turistlere hizmet sunan işletmeler motel, otel, restoran, seyahat acenteleri, spor ve eğlence tesisleri,
3. Turistlerin yer değiştirmesini, gidilecek yere varılmasını sağlayan işletmeler.

Yukarıda ifade edilen temel elemanların bir turistik ürünü meydana getiren öğeler olduğu belirtilmektedir. Birleşik bir niteliğe sahip olan turizm ürünü ya da paket tur kendisini meydana getiren faktörlere göre aşağıdaki kriterlere odaklanarak incelenebilmektedir (Kozak, vd., 2010);

a) Çekicilik; Turistlerin gideceği farklı bir bölgeyi tercih etmesinde etkili olan turizm ürünü faktörüdür. Çekicilik unsuru ulusal ve yöresel düzeyde olduğu gibi uluslararası düzeyde de olabilmektedir. Bu unsur mekânsal özellikten oluşabildiği gibi olay çekiciliği şeklinde de olabilmektedir. Bu kapsamda Kuşadası, Antalya, Göreme ya da deniz, dağ, güneş, kum vb. yerler, olay çekiciliği ise sanat gösterileri, sergi, fuar, konferans, olimpiyatlar vb. olabilmektedir.

b) Turizm Hizmet İşletmelerinin Sunmuş Oldukları Hizmet Çeşitliliği; turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin doğrudan turist akımı oluşturamadığı bilinmektedir. Ancak yer ve olay çekiciliği olan bölgelerde turizm hizmet işletmelerinin olmaması

halinde turistik ürünün de oluşmayacağı belirtilmektedir. Eğlence tesisleri, konaklama ve yeme-içme hizmetleri olmadan turizm ürünü olmayacağı düşünülmektedir.

c) *Ulaşılabilirlik*; Bulunulan yerin çekiciliği, hizmet işlemleri olan bölgelerin tüketilen, kullanılan bir turizm ürünü olması, onlara ulaşımı ile doğru orantılı olmaktadır. Ulaşılabilirlik olgusu zaman, ulaşım masrafları ve fiziki mesafe ile birlikte değerlendirilip ölçüldüğü belirtilmektedir. Bir turistik ürünün ulaşılabilir olması onun ekonomik ve kolay olmasına bağlı olmaktadır. Yoğun nüfusa sahip yerleşim merkezlerine yakın bölgeler genellikle ulaşımın kolay olduğu yerler olduğu için daha kolay turist çekebilmektedir.

Turistik ürün elle tutulmayan faktörlerden oluşmakta ve hizmetlerin standartlaşmaması, turistik ürünün diğer ürün ve mallardan farklı özellikler taşımasına neden olmaktadır (Adan, 2015). Turistik ürünün taşımakta olduğu söz konusu fark şu şekilde incelenebilmektedir;

1. Turistik ürünün üretildiği yerde tüketilmesi gerekmektedir. Tüketici turistlerin turistik ürün ve hizmetlerin üretilmekte olduğu yere gitmesi gerekmektedir.
2. Genelde bireyler, tüketim ürünlerini satın alırken birbirine yakın olan ve belirgin bazı amaçlara sahip oldukları, benzer bir yarar bekledikleri belirtilmektedir. Oysa turizme katılan herkesin beklentisi ve amacının farklı olduğu görülmektedir.
3. Diğer ürünlerin söz konusu ürünlerden faydalanan bireyler için bir kullanım değerinin olduğu ve kullanılmasının ardından devredebilmeleriyle değişim değerinin olduğu belirtilmektedir. Ancak turistik ürünlerin yalnızca kullanımdan ötürü faydalanma değerine sahip olduğu görülmektedir.
4. Turistik ürüne yönelik talebin genelde bireylerin sahip oldukları boş zaman dilimine, gelir düzeylerine ve sahip oldukları turizm bilincine göre şekillendiği görülmektedir. Bu durum, turistin ürün talebinde somut unsurlara ek olarak soyut unsurların da talep üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir.
5. Turistin ürünler temelde bileşik ürün özelliğine sahiptir. Çünkü turistin ürünler birden fazla hizmetin (ulaştırma, eğlence, konaklama, yeme-içme) bir araya gelmesi sonucunda oluştuğu görülmektedir.

6. Turistik ürünler stok edilememektedir. Ürün ya da hizmetin zamanın satılması gerekmektedir (uçak koltuğu, otel yatağı depo edilemez).
7. Turistik ürünler temelde diğer sektörlerde sunulan hizmet ve ürünlerin aksine önce satılmakta sonra üretilmektedir.
8. Turistik ürünler son tüketici olan turistlerin kullanımına sunulmaya hazır şekilde beklemektedir. Yarı işlenmiş ve bitmemiş bir ürünün turistik ürün olması söz konusu değildir.
9. Turistik ürünlerde genellikle subjektif bir değerlendirmenin daha fazla olduğu göze çarpmaktadır.
10. Turistik ürünlerin, yararlılık, kolay elde edilebilirlik ve çekicilik gibi niteliklere sahip olması gerekmektedir.
11. Marka bağımlılığının düşük düzeyde olduğu, turistik ürünün bir ülke ya da yöre olabildiği belirtilmektedir. İmaj kavramı önemli görülmektedir.
12. Turizm ürünlerinde emek yoğun üretim şeklinde olduğu, otomasyonun çok az olduğu belirtilmektedir.
13. Standartlaşmanın çok az olduğu, bilhassa hizmet ya da servislerin tek düze kalıplarda olmasının mümkün olmadığı görülmektedir.

2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi

Yaşadığımız dönemde değişmiş olan yaşam şartlarıyla beraber tüketicilerin istek ve beğenilerin değiştiği görülmektedir. Söz konusu durum şüphesiz turistik tüketicilerini de etkilemektedir. Değişen turistik talebin karşılanabilmesi için turistik ürünün çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Dünyanın her yerinde talebin hızlı bir şekilde değişmesiyle, turizm faaliyetlerinde de çeşitlenme ve değişme eğiliminin olmasına neden olmuştur. “Turizm piyasasındaki payın artırılması için iç ve dış rekabet şartlarının uyum sağlayabilmesi adına farklı yöntemler ile turizm arzının artırılması ve farklılaştırılması açısından gerçekleşen faaliyetlere turistik çeşitlendirme” denilmektedir (Emekli, 2002).

Turistik ürünün çeşitlendirilmesi, “başlı başına çekim gücü bulunan ve çekim gücü doğrultusunda talep oluşturan turistik ürünler” şeklinde tanımlanmaktadır (Timur, 1999). “*Turizm piyasasındaki turistik ürünleri meydana getiren bir kişi ya da turizm işletmesinin, var olan turizm piyasasındaki payını geliştirebilmesi için farklı*

yöntemlerle turizm arzını arttırma ve farklılaştırma yönünde gerçekleştirilen faaliyetlere turistik çeşitlendirme” denilmektedir (Kulu, 1994).

Birbirinden ismi ve şekliyle ayrılan her ürünün bir çeşit olduğu belirtilmektedir. Farklı turistik ürünlerin bir bütün halinde turistik ürünü oluşturduğu görülmektedir. Turistik ürünlerin çeşitlendirilmesinde genelde turistlerin arzularındaki gelişmeler, rekabet vb. çevresel unsurların etkili olabildiği belirtilmektedir. Bu sebeple turistin değişen gereksinim ve davranışlarının belirlenmesi ve ihtiyaçlarına göre turistik ürün üretme ve çeşitlendirmeye yönelmek gereklidir. Turistik ürün çeşitlendirilmesi işletme düzeyinde olduğu gibi ülkesel ve bölgesel düzeyde de olabildiği belirtilmektedir. “Sosyal bir kurum olan devletin herhangi bir girişiminde olayın yalnızca ekonomik boyutuyla değil, sosyal boyutuyla da ilgilenmesi gerekmektedir. Bir devlet için dünya turizm piyasasındaki payının genişletilmesi, turizm gelirlerinin arttırılması ve çeşitlendirilmesinin en önemli nedeni olduğu belirtilmektedir. Ayrıca atıl durumdaki kaynakların kullanılmasının daha etkili olabilmesi ve turizmin faydalarının bölgeler arasında dengeli bir şekilde dağılabilmesinin sağlanması devletler için önemli görülmektedir” (Kozak, 2010).

Bölgesel ya da ülkesel düzeyde gerçekleştirilen ürün çeşitlendirmenin genelde turizmin sağladığı ekonomik yararlardan faydalanmak için yapıldığı belirtilmektedir. Bölgelerin ya da ülkelerin atıl halindeki arz potansiyelinin değerlendirilmesiyle turizme kazandırılmasının sonucunda pazar payının arttığı ve turizmden sağlanan gelirlerin çoğaldığı görülmektedir. Turistik ürün çeşitlendirilmesinin aşağıdaki nedenlerden dolayı öneminin arttığı belirtilmektedir (Kozak, 2010):

1. Turizmin sürekli olarak gelişmesine karşın talebin de sürekli değişmesi çeşitlendirme faaliyetlerinin önemini arttırmaktadır.
2. Ülkelerin ekonomik büyümesinde katkı sağlamaktadır. Turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi, üretim unsurlarını, üretici güçlerini ve potansiyel kaynaklarını harekete geçirerek büyüme hızına, diğer bir deyişle gayri safi milli hasılanın artışına katkısının olduğu belirtilmektedir (Olalı, 1990).

3. Yerli ve yabancı turistlerin yükselen turistik gereksinimlerinin yeterli düzeyde karşılanabilmesi bakımından turistik çeşitlenmenin önemli olduğu görülmektedir. Dolayısıyla beşeri ve doğal turistik arz verilerinin dikkatli ve dengeli bir şekilde olabildiğince turizm piyasasında değerlendirilmesi gerekmektedir.

4. Turizmde çeşitlendirme, ülkedeki istihdamın artışını da sağlamaktadır. Turistik ürün çeşitlendirilmesi ile makineleşme ve otomasyona pek az imkan veren turizm sektöründeki “emek yoğun” üretimin niteliği nedeniyle iş alanlarının açılmasıyla emek arz talebi arasında dengenin kurulduğu belirtilmektedir (Kozak, 2010).

5. Turizmde çeşitlenme, bireylerin doğaya yeniden dönüşünü hızlandırabilmektedir. Yeni coğrafik yerlerin turizm için çeşitlendirilmesi, insanların doğayı hırpalamadan, koruyarak ondan yararlanma düşüncesini geliştirebilmektedir.

6. Bilhassa gelişmiş ülkelerde turizmin çeşitlenmesi, ulusal turizm bilincinde gelişime neden olarak iç turizm verilerinin tanınmasında, iç turizmin canlanmasında hedefleri kolaylaştırmaktadır.

7. Çeşitlendirme, potansiyel turistik verilerin değerlendirilmesi ve ürünlerin çeşitliliğinin sağlanması hususlarında yeni yatırımcıları turizm piyasasına çekmektedir.

8. Turistik çeşitlenme, ülkelerin dış tanıtımında yeni imkanlar yaratmaktadır.

Turizm çeşitlerinde pek çok kaynakta çoğunlukla birbirinden farklı sınıflandırmaların olduğu dikkat çekmektedir. Bunun sebebinin turizm çeşitlerinin çoğunlukla birbiriyle yakın ilgisi olduğu ve kendi aralarında kesin çizgiler ile ayrılmaması gerekliliğidir. “Turizmin Çeşitlendirilmesi” olgusu, turistik bir faaliyete katılan bireylerin sahip oldukları amaçlar ve turizm kriterleri ile yakından ilgilidir. Turizmin çeşitlendirilmesinin temel amaçlarının başında turist amaçlarına uygun hizmetlerin sunulması ve geliştirilmesi gelmektedir. Turistik bir destinasyona katılan bireylerin amaçlarına uygun olarak yapılan turizm çeşitlendirilmesi turizm türlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Kozak, 2010).

2.5. Turizm eşitleri

Turizm sektşşü yapısı gereği her kesime hitap etmesi gerektiğinden farklı turistik faaliyetler bulunmaktadır. Bireylerin seyahat amaçlarında farklılıklar gşrşlebilmektedir. Örneğin bazı insanlar farklı kşltşrleri keşfetme eğilimindeyken bazı insanlar ise şnlş bir spor mşsabakası izlemek için seyahat edebilmektedir. Bu sebeple farklı turist karakterlerine gşe farklı turizm eşitleri ortaya çıkmıştır (Kozak, 2008: s.30).

2.5.1. Katılımcı sayısına gşe turizm eşitleri

Bireylerin oldukça çeşitli amaçlarla turizm faaliyetlerine katıldıkları bilinmektedir. Turistik şrşn çeşitleriyle alakalı açıklamalar ayrıntılı bir şekilde aşağıda belirtilmiştir (Kozak vd., 2001: s.13-14):

1. Bireysel Turizm: Bu tşrdeki turistik etkinliklere kişi bireysel bir şekilde katılmaktadır. Maddi açıdan iyi durumda olan řęrenci ve gençlerin yoğun bir şekilde katıldığı gşrşlmektedir. Sadece erkekler değil, yaşadığımız dşnemde kadınlar tarafından da sıklıkla tercih ettiği bilinmektedir.
2. Grup Turizmi: Farklı toplumsal özelliklere sahip olan grupların turistik faaliyetlere katılmasını kapsamaktadır. Katılımcı kişilerin sayısının 11 ile 16 arasında değişiklik gşsteren řęrenci gruplarının, sanatçı gruplarının, topluluk şyelerinin vb. özellikleri bakımından bir bştşn olan bireylerin turizme katılımını ifade etmektedir.
3. Kitle Turizmi: Bireylerin turistik etkinliklere kitleler halinde katılım sağlamasını ifade etmektedir. 1950'lerden sonra başladığı bilinen kitle turizminin yaşadığımız dşnemde turizm hareketlerinin temel belirleyicisi olduğu gşe çarpmaktadır. Kitle turizminin temel özelliklerinin başında katılımcıların paket turlar ile seyahatlerini gerçekleştirmesi gelmektedir (Kozak vd., 2001: s.13-14).

2.5.2. Ziyaret edilen yere göre turizm çeşitleri

Turistik etkinliklere katılmış olan turistlerin ziyaret ettiği yerlere göre dış turizm ya da iç turizm biçiminde iki grupta ele alındığı görülmektedir. İç turizm, ülke sınırlarında gerçekleşen faaliyetler bütünü, dış turizm ise farklı bir ülkeye yapılan seyahat ve orada gerçekleşen bütün faaliyetler şeklinde ifade edilmektedir (Hussein ve Saç, 2008: s.39).

Avcıkurt (2008: s.162) da ziyaret edilen yere göre turizm çeşitlerini iç turizm ve dış turizm olarak ikiye ayırmıştır. İç turizm, insanların yaşadıkları ülke içerisinde yaptıkları seyahatlere denilmektedir. Dış turizm ise insanların yaşadıkları ülkenin dışında bir yere yaptıkları seyahatlere denilmektedir.

2.5.3. Katılanların yaş gruplarına göre turizm çeşitleri

1. Gençlik Turizmi: Yaş aralığı 15-24 aralığında yer alan bireylerin aile yakınları olmaksızın turizm faaliyetlerine katılmasıdır. Söz konusu yaş grubundaki bireylerin seyahat oranlarının daha yüksek düzeyde olduğu ve yapısı bakımından adrenalin, hareket, macera ve eğlence eğiliminde oldukları görülmektedir (Hayta, 2008).

2. Orta Yaş Turizmi: 25-60 yaş arasındaki bireylerin turizm faaliyetlerine dahil olmasıdır. Genelde yaz aylarında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine katılmayı tercih ettikleri görülmektedir. Orta yaş grubundaki kişilerin seyahatlerinde genelde kendi araçlarını tercih ettikleri ve daha uzun tatil yaptıkları görülmektedir (Hayta, 2008).

3. Üçüncü Yaş Turizmi: Yaş düzeyi 60 ve üzerinde bulunan kişilerin katıldığı turizm faaliyetleridir. Genelde sağlık problemleri nedeniyle sağlık hizmeti almak amacıyla turistik etkinliklerine katıldıkları belirtilmektedir (Hayta, 2008).

Turistik seyahatlerde bulunan kişiler yaş aralıkları bakımından gençlik, yetişkin, ikinci yaş turizmi olmak üzere üç farklı kategoride sınıflandırılmıştır. Gençlik turizmi 15-24 yaş arasındaki bireyler ve ailelerinden ayrı olarak seyahat eden gruptur. Turizm sektörü bu gruba yönelik stratejiler belirlemektedir. Yetişkin turizm gruba ait insanların yaşları ise 26-60 yaş arası kişilerdir. Bu gruba mensup kişiler aktif meslek hayatları devam eden kişiler olası bakımındadır. Genellikle yaz dönemlerinde turistik

seyahatlere çıkan bireylerden oluşmaktadır. Bu gruba yönelik faaliyetlere ise yetişkin turizmi denilmektedir. Son olarak 60 yaş üzerinde bulunan genellikle emekli kişilerin oluşturduğu üçüncü yaş turizmi bulunmaktadır. Üçüncü yaş turizmi grubuna ait insanların hem gelir bakımından hem de zaman açısından imkanları olması, bu kişileri önemli bir turist potansiyeli içerisine almaktadır (Kozak vd., 2008: s.21-22).

2.5.4. Katılanların gelir durumlarına göre turizm çeşitleri

Turizm hareketlerine katılan kişilerin gelir düzeyleri ve sahip oldukları sosyo-ekonomik statü destinasyon tercihi üzerinde önemli bir belirleyicidir. Gelir düzeyine göre turizm faaliyetlerine katılanların iki başlık altında incelendiği görülmektedir. Sosyal açıdan turizm, ekonomik olarak fazla bir varlığa sahip olmayan, esnaf, gençler, esnaf, gençler, memur, işçi, çiftçiler vb. gruplardan olan kişilerin turizm faaliyetlerine katılımını ifade etmektedir. Lüks turizm ise toplumda saygınlığı olan ve yüksek gelir düzeyinde olan iş adamları, yüksek bürokratlar, ünlü sporcular vb. bireylerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak ve pahalı olan turistik tesislerin tercih edilmesidir (Küçükaslan, 2007: s.22-23).

2.5.5. Katılanların sahip olduğu amaç faktörüne göre turizm çeşitleri

Bireylerin çeşitli amaçlar doğrultusunda turizm faaliyetlerine katıldığı görülmektedir. Turizmin çeşitlendirilmesi de söz konusu amaçlar doğrultusunda şekillenmiştir. Kongre turizmi, kış, kültür, inanç, dağ, sağlık, rekreasyon ve spor turizmleri bu türlerin bazılarıdır (Kozak vd, 2001: s.19-20).

İnsanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetine katılmaktadır. Hangi amaçla turizme katılıyorlar ise turizmin türü de bu amaca göre adlandırılmaktadır. Deniz-kum-güneş turizmi, kültür ve tarih turizmi, inanç turizmi, doğa turizmi, spor turizmi, iş turizmi, alışveriş turizmi, kongre ve toplantı turizmi, yemek turizmi, sağlık turizmi, dinlenme ve eğlence turizmi bunlardan bazılarıdır (Küçükaslan, 2007: s.18).

2.5.6. Deniz turizmi

Güneş, deniz, kum üçgeninden oluşan ve genelde bireylerin toplu olarak katıldığı, içerisinde deniz ve turizmi bir araya getiren, sürdürülebilir bir turizm faaliyeti olarak

nitelendirilen deniz turizminin yıllardır popülerliğini koruduğu, böylelikle de insanları cezbetmeye devam ettiği görülmektedir (Şahiner, 2012: s.12; Sel vd., 2016; Pınar ve Sarı, 2017: s.56).

Deniz turizmi, genellikle insanların şehirlerin yorucu, sesli, stresli ve kirli ortamlarından kurtulup turistik seyahatlere çıktığı, bu deneyiminde de deniz, kum ve güneşten yararlanırken turizm hareketleri kapsamında konaklama, yeme-içme vb. faktörlerden de yararlanılması, doğanın tadının çıkarılması isteklerini karşılama doğrultusunda ortaya çıktığı belirtilmektedir (Muslu, 2015: s.3).

Deniz turizminin aynı zamanda kurvaziye turizmini kapsadığı belirtilmektedir. Yaşadığımız dönemde modern turizm anlayışında kurvaziye turizminin önemli olduğu görülmektedir. Havayollarındaki rötalar, yolculuk güzergahının görülebilmesi ve yüksek fiyatlar gibi dezavantajlarından dolayı kurvaziye seyahatlerin bilhassa sosyo-ekonomik durumu yüksek ve yaşlı olan Avrupalı turistlerce tercih edildiği belirtilmektedir.

2.5.7. Kongre turizmi

Yaşadığımız dönemde seminer, sempozyum, “meeting” manasındaki konferans kelimesinin kökeni Latince “congressus” kelimesinden gelmekte ve “toplanma, buluşma” anlamında kullanılmaktadır (Erdoğan, 2006: s.31). Turistik alanda son dönemlerde hızla büyüyen turizm çeşidi olarak görülen kongre turizminin yaygınlaşmaya başlamasında en etkili olan unsurun dünyada bilim açısından yaşanan gelişim ve değişim olduğu belirtilmektedir. Buna bağlı olarak oluşan seyahatlerle gelişmelerin tüm dünyadaki insanlara aktarılması amaçlanmıştır (Behdioğlu ve Çilesiz, 2017: s.24; Yüncü ve Kozak, 2010: s.109).

Başta teknoloji olmak üzere dünyada sosyo-kültür ve ekonomi alanlarında yaşanan gelişim ve değişimin turizm sektöründe kendisini gösterdiği, bireylerin artık yalnızca gezip-görmek, dinlenmek amacıyla seyahatlerinin yerini alternatif türlerin aldığı görülmektedir (Özer, 2010: s.8). Söz konusu destinasyonlardan birinin de kişiye bilimsel bilgilerin sunulduğu toplantı, sempozyum vb. etkinliklerin yapıldığı yerleri ziyaret etmektir. Bunların başında da kongre turizmi yer almaktadır. Turizmin bu

türünde bireylerin seyahatlerinin tadını çıkarmasının yanında kongreler aracılığıyla bilgi düzeylerinin geliştirilmesi fırsatına sahip olduğu görülmektedir. Kongre turizmi denildiğinde akla yalnızca toplantı yapılan yerlere gerçekleştirilen bilgi düzeyinin yükseltilmesi adına gerçekleştirilen ziyaretlerin gelmemesi gerekmektedir. Zira kongre turizmi faaliyetlerine dahil olan turistlerin normal eğlence ve dinlenme turizmine katılanlardan daha çok gittiği yerde vakit geçirdiği, boş zamanlarında eğlence, alışveriş, gezi deneyimlerini yaşadığı bilinmektedir (Heper, 2015: s.10; Kaya ve Batman, 2016: s.81).

Kongre turizmi diğer birçok turizm türüne göre mevsimsel özelliklere sahip bir turizm türü değildir. O nedenle yılın her mevsiminde kongre turizminin yapılması mümkündür. Bu özelliği ile kongre turizmi ülkeye gelen turist sayısının artmasına katkı sağlamaktadır. Kongre turizmi ülkelerin turizm gelirlerini arttıran turistik faaliyetler arasında yer almaktadır. Çünkü bu destinasyona katılan turistlerin masraflarının büyük bir bölümü çalıştıkları eğitim kurumları ya da devletler tarafından karşılanmaktadır. Buna paralel olarak turistler gittikleri ülkede daha fazla harcama yapmaktadır (Alaşhan, 2018: s.6; Dinçer, 2019: s.6; Öztaş ve Karabulut, 2006: s.25).

Kongre turizminin yaygın hale gelmesinin esas nedenin dünyamızdaki son dönemlerde gerçekleşen gelişmeler ve söz konusu gelişmeler sayesinde bireylerin bilgi alışverişinin kolaylaşması, insanların seminer, kongre, toplantı vb. etkinliklere katılmak adına yaşadığı yerin dışında bir yere seyahat etmesi, bu seyahatlerde turistik faaliyetler gerçekleştirilmesi, bu toplantıların turizm bakımından incelenmesine neden olmaktadır (Aymankuy, 2003: s.7). Kongre turizminde de bireylerin sürekli ikametlerinin dışında seyahatin etmesinin yanında seyahatin amacının kendi alanlarında bilgisi olan bireylerin bilgilerini diğerleriyle paylaşması ve bu esnada turizm hizmetlerinin kullanılması söz konusudur (Şengel vd., 2018: s.8).

Kongre turizminin iyi bir şekilde değerlendirilmesinde özellikle gelişmekte olan ülkeler için toplumun bilinçlenmesi oldukça önemlidir. Bunun yanında kongre turizminin geliştirilmesi için turizm sektörünün dün, bugün ve yarını iyi analiz edilmeli, mevcut bilgiler ışığında alt ve üst yapı yatırımları yapılmalıdır (Çetinkaya, 1998). Kongre turizmi alanında hizmet veren işletmelerin sahip oldukları toplantı

salonları bu turizm türünde üzerinde önemle durulan konular arasında yer almaktadır (Armutcu, 2017: s.7).

2.5.8. Sağlık turizmi

Bireylerin kentsel yaşamdan kaynaklanan çevre kirliliği, stres, tabiatın bozulması vb. nedenlerden ötürü tabii güzelliklerden yararlanmak için turizme katıldığı, bunu da yaşadığımız dönemde daha bilinçli bir şekilde yaptığı görülmektedir. Turizm etkinliklerinin insan sağlığında pozitif etkisinin olduğunun bilinmesinin yanında, stresli ve kirli şehir hayatından kurtulmak isteyen bireylerin turizm aracılığıyla sinir-stresten uzak, doğal ve temiz bir çevrenin içinde kalma imkanına sahip olabildiği belirtilmektedir (Koyunoğlu, 2003: s.18).

Bu çerçevede bireylerin yalnızca geleneksel turizm anlayışındaki dinlenme, eğlenme amacıyla değil, seyahatin gerçekleştirildiği yerin yer altı ve yer üstü kaynaklarından sağlığın korunması ve gelişmesi maksadıyla faydalanılması alternatif turizm türlerinden olan sağlık turizmi kapsamındaki seyahatlerdendir (Özer ve Songur, 2012: s.70; Moloğlu, 2015: s.673). Turizmin bir türü olan sağlık turizminin tarihinin çok eski dönemlerine uzanmasına rağmen bilhassa sanayileşme ile gerçekleşen kirli çevredeki şehir yaşamının ardından son dönemlerde turistlerin ilgi odağı haline geldiği görülmektedir. Sağlık turizmi ile alakalı çeşitli tanımların olmasına karşın temelde bireylerin sağlık amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler olduğu bilinmektedir (Aslanova, 2013: s.131; Akbolat ve Deniz, 2017: s.124).

Sağlık turizmine sadece dağınığını kaybetmiş olan kişiler değil, aynı zamanda mevcut sağlığını koruma ve geliştirme amacı olan kişilerin de katıldığı görülmektedir (Tütüncü vd., 2011). Sağlık turizmine dahil olan turistler başka bir bölge ya da ülkeye kendi ülkesinden ucuz veya daha iyi olduğu görüldüğü için sağlığını koruma, geliştirme ya da tedavi için planlı bir şekilde gidilmekte, seçilen sağlık türünden faydalanılmaktadır (Aktepe, 2013: s.171; Barca vd., 2013: s.66; Anonim, 2016).

2.5.9. Av turizmi

Av turizmi, “avcılarının sürekli ikametlerinden farklı bir ülke ya da bölgede avlanmak, spor yapmak ve dinlenmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerden oluşan ve gidilen bölge ve ülke ekonomisinde oldukça önemli katkılarının görüldüğü” bir turizm çeşididir (Ege, 1996).

Bu turizm türünde avlanmak için seyahat eden bireylere dönük hizmetlerin sunulduğu belirtilmektedir. Bazen avcılığı yapılacak olan hayvanların geçmiş dönemlerde üretme çiftliklerinde avlanma ve beslenmeleri için belli bir eğitime dayanarak, bilinçli, doğaya zarar verme amacı olmadan gerçekleştirilen, yalnızca belirli bir olgunluğa erişen hayvanların avlanması olayı şeklinde ifade edilmektedir (Kozak vd., 2019)

Av turizmi, kurallara uygun ve bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmesi halinde her açıdan olumlu etkilerinin görüldüğü belirtilmektedir. Bir yandan ülkedeki yaban hayatının korunup geliştirildiği, öte yandan da önemli gelir kaynağının oluşturulduğu görülmektedir. Av turizminin önemsendiği ülkelerde av hayvanlarının sayısının arttığı, yaban hayatı ve çevreye özen gösterilme düzeyinin arttığı belirtilmektedir. Bunun yanında av turizminin gerçekleştirildiği bölgelerde usule aykırı avcılık yapılma oranının azaldığı ve oto-kontrolün sağlandığı görülmektedir.

2.5.10. İnanç turizmi

Kutsal bölgelerin bulunduğu alanlarda gerçekleştirilen turizm etkinlikleri “inanç turizmi” şeklinde tanımlanmaktadır. Turistlerin değişen taleplerine göre dünyanın birçok ülkesinde gelişen inanç turizmi kapsamında mevcut kültürel unsurların korunması, tanıtımının gerçekleştirilmesi ve turizm sektörüne kazandırılması amaçlanmaktadır (Kozak vd., 2019).

Geçmişten yaşadığımız döneme dek bireylerin inançlarının gerekliliği olarak kutsal kabul ettikleri mekanlara ziyaret edildiği, bu ziyaretlerde de bireylerin dini görevlerini gerçekleştirmeleri esnasında turizm etkinliklerinden faydalandığı görülmektedir (İbret vd., 2015: s.242; Güzel, 2010: s.89).

Kutsal mekanlara gerçekleştirilen dini ziyaretlerin inanç turizmi sayıldığı bilinmektedir. Ziyaret gerçekleştirilen mekanlar, şehirler, tapınaklar bölge ekonomisine kazanç getirmektedir. Bu nedenle geçmişten yaşadığımız döneme dek bu bölgelerdeki ekonomik katkıların halen önemli olduğu görülmektedir (Sargın, 2006: s.3). Bu nedenle dini değer ve potansiyeli olan bölge, yer ya da mekânın turizm açısından değerlendirilmesinin kutsal yapı, mekan vb. faaliyetlerin gerçekleştirildiği yer için önemli gelişmeler ve ekonomik imkanlar sunduğu bilinmektedir (Sevinç ve Azgün, 2012: s.19). Bu turizm türü, bireylerin kutsal saymakta olduğu yerlere inanç temelli seyahatlerin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2013: s.630; Başer ve Başçı, 2012: s.426).

Diğer bir tanıma göre inanç turizmi, “dinlerin kutsal saydığı yerlerin ziyaret edilmesi, dinsel tören ve ayinlere katılması ya da bunların izlenmesi, hac vb. dini görevlerin gerçekleştirilmesi için gerçekleştirilen konaklama ve seyahatlerin oluşturduğu etkinlikler” şeklinde ifade edilmiştir (Aktaş, 1989).

2.5.11. Ekoturizm

Ekoturizm, turizm bölgesinin doğal halini koruyan, zarar vermeyen faaliyetlerin planlandığı, seyahatçilerin isteklerini de karşılayabilen doğa temelli turizm çeşididir (Özbey, 2002: s.77). Genel anlamda ekoturizme yönelik yapılan tanımlara bakıldığında karmaşıklık göze çarpsa da bütün çalışmaların temel konusunun çevrenin bilinçli kullanımı ile sürdürülebilirliğin sağlanmasıyla birlikte çevreye yönelik bireysel sorumluluğa sahip olunması turizmin bu türünün gelecek kuşakların da yararlanabilmesine olanak sunmaktadır (Avcı, 2019: s.5). Bazı yazarların ekoturizmi, “nispeten dokunulmamış veya bozulmamış olan doğal alanlara yabancı bitki, manzara ve hayvanlarını olduğu kadar, var ise kültürel özelliklerinin de görülmesi, öğrenilmesi, incelenmesi gibi amaçlarla seyahat edilmesi” şeklinde tanımladığı görülmektedir (Özgüç, 1998).

Turistlerin sürekli olarak arzu ve gereksinimlerini tatmin edebilmek için geliştirmekte oldukları turistik ürünlerden birinin de ekoturizm olduğu bilinmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte doğal alanların git gide azalması ve tahrip olması, onların korunma kaygısını da ortaya çıkarmaktadır. Ekoturizmin ortaya çıkışıyla birlikte bu

turizm türünün önemli bir hale geldiği görülmektedir. Dünya genelinde şehirleşme ve sanayileşmedeki hızlı artışın, gelecekte de ekoturizme yönelik ilginin artacağını düşündürmektedir.

2.5.12. Dağ turizmi

Dağ turizmi, “*dağ ikliminde, tatil ve dağ sporlarının yapılmasını kapsayan turizm türü*” şeklinde tanımlanmaktadır (İlkin ve Dinçer, 1991). Dağların güzel ve temiz havasından yararlanabilmek için bireylerin dağlarda gerçekleştirdiği turizm çeşididir. Dağ turizminin tırmanma ve yürüyüş ile gerçekleştirilebildiği bilinmektedir. Gün geçtikçe kirlenen şehirlerin yaşanılmaz hale gelmesiyle birlikte dağ turizmi gibi insanlarla doğayı yakınlaştıran turizm türlerinin geliştiği görülmektedir (Kozak vd., 2019).

2.5.13. Gastronomi turizmi

Gastronomi, yeme ve içme gereksiniminin bilimsel açısından ele alınmasını ifade etmektedir. İnsanların özel isteklerine yönelik olan turizm çeşidinde de yer edindiği görülebilmektedir (Özmenli, 2020: s.27; Serçek ve Serçek, 2015: s.25). Bu kapsamda son yıllarda ülkelerin turizm gelirlerini arttırmak için gastronomi turizmine yöneldiği görülmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: s.207).

Kültürlerin sahip olduğu yiyecek ve içeceklerin yani mutfağının ziyaretçilerin dikkatini çekebilmesine yönelik hazırlanması ve onların hizmetine sunulması gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Böylelikle bölge turizmine ve ziyaretçilerine çekici ve doğal güzelliklerin yanında alternatif turizm türünün de sunulabilmektedir (Kızılgeçi, 2019: s.19). İnsanların yaşam şeklini ortaya koyan yemek kültürünün ülkelerin turizm alanlarının çeşitlendirilmesinde kullanılması ile bölgelerin ekonomilerine katkı sağlanabilmekte, toplumların mutfakları aracılığıyla kültürler tanıtılabilmekte, sahip olduğu mutfakı dünyaya tanıtabilmektedir. Söz konusu faaliyetler turizm organizasyonu kapsamında gerçekleştirildiğinde gastronomi turizmiyle mümkün olabilmektedir (Birdir ve Akgül, 2015: s.58; Aydoğdu ve Duman, 2017: s.12; Kargiglioğlu, 2015: s.24).

2.5.14. Spor turizmi

Bu turizm türünde sportif faaliyetlere katılma amacı bulunmaktadır. Uluslararası arenada gerçekleştirilen spor faaliyetleri, düzenlenen ülke ya da bölgeye gerçekleştirilen seyahatler ve cazibe merkezlerinin arttırılmaya başladığı görülmektedir. Yolculuklar üzerine kurulu olan turizm sektöründe bilhassa uluslararası arenada gerçekleştirilen spor organizasyonlarının ev sahibi ülke veya şehirler için önemli bir turistik hareketlilik sağladığı bilinmektedir (Yıldız ve Çekiç, 2015: s.330). Spor turizmi bir ya da birkaç dalda spor yapmak için veya söz konusu turnuvaları izlemek adına gerçekleştirilen seyahatlerdir (Toramanlı, 2014: s.10). Bir başka tanımda ise spor faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi adına gerçekleştirilen seyahatler şeklinde tanımlandığı görülmektedir (Hazar, 2007: s.20).

2.5.15. Hüzün turizmi

Yaşadığımız dönemde geleneksel kum, deniz, güneş turizmi anlayışının yerini alan alternatif turizm çeşitlerinden birinin de hüzün turizmi olduğu görülmektedir (Kurnaz, 2019: s.236). Yurtdışında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde “dark turizm” olarak da ifade edilen hüzün turizminin geleneksel turizmdeki dinlenme, eğlenme konseptine karşın, tarihte acı ve elem verici olayların yaşandığı ve bir toplumun gururu sayılırken başka bir toplumda yakınların kaybedilmiş olduğu yerlere gerçekleştirilen ziyaretleri kapsadığı belirtilmektedir (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007: s.216).

Bu turizm türünde ana motivasyonun dinlenmek, eğlenmek, hoş vakit geçirmek olmadığı, aksine savaşların gerçekleştirildiği, deprem gibi doğal afetlerin yaşandığı, toplu katliamların gerçekleştiği, terör olaylarının yaşandığı, idam veya anıt olaylarının bir topluluk için keder ve üzüntü kaynağı olmasına rağmen diğer bir toplumda gurur ve neşe kaynağı olabildiği ve bu turizm türünün de buralara gerçekleştirilen seyahatleri kapsadığı belirtilmektedir (Güncü ve Güneş, 2017: s.25; Kurnaz ve Kılıç, 2016: s.142; 1; Ertürk, 2018: s.59; Çatır, 2017: s.24; Okuyucu ve Erol, 2018: s.138). Bir bölgenin hüzün turizmi çerçevesinde incelenebilmesi adına bir topluluğun çok kötü incinmiş olması gerekmektedir (Çimen, 2020: s.386).

2.5.16. Fuar turizmi

Latince kökeni festival, bayram olan fuarla alakalı çeşitli yazarların kendi görüşlerini şu şekilde ifade ettikleri görülmektedir, “fuurlar toplumların sosyal, siyasi ve ekonomik faaliyetlerini bir araya getirerek beraber faaliyet alanı meydana getiren organizasyonlardır” (Kaçar, 2013: s.3). Fuarlarla ürünlerin reklamlarının yapıldığı, müşterilerin ürünleri tanınmasının sağlandığı, teknolojik alanda beraber çalışma imkanının sunulduğu ve turizm destinasyonlarının tanıtılmasına imkan verildiği görülmektedir (Samancıoğlu, 2020: s.13).

Fuar faaliyetleri turizm sektöründe faaliyet göstermekte olan işletmelerin tutundurma ve pazarlama çalışmaları bakımından önemli olduğunu göstermektedir (Güven ve Ceylan, 2019: s.277). Fuar etkinliklerine katılan bireyler, faaliyetleri düzenlemekte olan organizatörler, müşteri çekmek isteyen işletme ya da katılımcıların ücret karşılığında kendilerine yer edindikleri, böylelikle pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ve ziyaretçilerinse fuar etkinliklerinin olduğu alana giderek kendisine gereken konuyla alakalı bilgi edinme arzusu olan kişilerin olduğu görülmektedir (Özer, 2019: s.13). Fuarlara vatandaşların yanında yabancı turistlerin de katılması turizm sektörü açısından önemli bir konu olmakla beraber, faaliyet gösteren ulaştırma, yeme-içme ve konaklamaya kadar etkisi olan turizmin yıl boyu gerçekleştirilen sektör durumuna getirebildiği görülmektedir (Gül vd., 2017: s.102). Ayrıca fuarların bölgeye turist getirdiği, turizm sektörünü mevsimsellikten kurtardığı ve turizm sektöründen elde edilen ekonomik faydayı yükselttiği belirtilmektedir

2.5.17. Sürdürülebilir turizm

Sürdürülebilir turizm, kültürel varlıklar ve doğal kaynakları koruyup bölgede sosyal ve ekonomik kalkınmayı hedeflemektedir. Söz konusu plan ve politikaların yaşadığımız dönemde sağlanan yararların ilerleyen yıllarda da sağlanmasını amaçlamaktadır. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin bilinen temel özelliğinin yerel halk ve turistlerin ihtiyaçlarının karşılanması, ekonomik yarar şeklinde belirtilen kültürel ve doğal zenginliklerin korunması olduğu belirtilmektedir (Alkan, 2015).

Bu çerçevede sürdürülebilirlik: “günümüzün ihtiyaçlarının gelecek nesillerin yaşam standartlarını zedelemekten kaçınması” olarak kabul edilebilir. Diğer bir tanıma göre ise; sürdürülebilirlik “toplum veya ekosistem gibi devam eden bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan veya aşırı kullanımla ana kaynaklara aşırı yüklenilip tüketilmeden sürdürebilmesi yeteneğidir” (Karaman, 1996).

2.6. Kültür Turizmi

Bu turizm türünde bir gezginin ülke ya da bölgenin kültürü ile bilhassa da o coğrafi bölgelerdeki bireylerin yaşam şekliyle, bu kişilerin tarihi, sanatı, dini, mimari ve onların şekillenmesine yardımcı diğer faktörlerle alakalı turizmin alt kümesi olduğu belirtilebilmektedir (Karimov, 2020: s.5). Kültür turizminin bir toplumun kültürel mirasını, yapılarını ve anıtlarını yerinde görebilmek, toplumun kültürel değerleri ile yaşam şeklini keşfedebilmeyi sağlayan değerlere sahip olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte o toplumu farklı bir gözle tanımaya çalışması gibi değerlerini de bünyesinde barındıran, böylesi değerleri deneyimleyebilmek adına seyahatler yapan ve ziyaret edilen destinasyonlarda turistik hizmet ve ürünlerden faydalanmayı kapsayan turizm türüdür (Keleş, 2020).

Kültür turizmi, yeni kültürlerin tanınması, geçmişteki kültür unsurlarının merak edilmesi temelinde bireylerin kendi kültürlerinin eğlenceli taraflarıyla beraber diğer grupların kültürlerine de açık olduğu ilgili turizm etkinliklerinin tamamını kapsamaktadır (Aksu ve Kayabalı, 2006). Dünya Turizm Örgütü tarafından kültür turizmi şu şekilde tanımlanmaktadır; bireylerin öğretici, sanatsal, festival vb. organizasyonlara seyahat etmesi, söz konusu seyahatlerinde gittikleri yerin kültürel, dini vb. özelliklerini inceleyerek turizm hareketlerine katılmasıdır (Çetin, 2010: s.182). Kültür turizmi toplumların kendisinin veya başka toplumların kültürünü, tarihini öğrenebilmek için turistik amaçlarla seyahat etmesidir (Eser vd., 2010: s.30). Turizmin bir türü olan kültürel turizmin oldukça popüler olduğu görülmektedir. Yaşadığımız dönemde insanların turistik çekicilikler bakımından alışılmışın dışında, özgün ve farklı turistik destinasyonları istedikleri belirtilmektedir. Kültür turizmi uluslararası turizm hareketleriyle beraber son kırk yıllık süreçte önemli artışların yaşandığı ve Dünya Turizm Örgütünün yapmış olduğu tahminlere göre söz konusu

artışın bilhassa Ortadoğu, Avrupa ve Asya bölgelerinde süreceği düşünülmektedir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005).

Bireylerin ilk çağlardan beri savaş, din, ticaret, fetih, merak, göç vb. değişik etkenlerle seyahat ettiği, söz konusu etkenlere göre seyahat nedenlerinin çeşitlendiği görülmektedir. Bu nedenlerin başında ise kültürün ilk sırada yer aldığı bilinmektedir. Bilhassa 19. yüzyılda antik Mısır medeniyetinin doğurduğu merak duygusuyla beraber, Avrupalıların kültür turizmine yönelik ilgisinin başladığı belirtilmektedir. Anadolu, Mısır, İtalya ve Yunanistan'da önceleri burjuva ve aristokratların, daha sonrasında da her sınıftan insanın görüp öğrenme duygularının yükselmesi ve bu amaçla seyahat etmesine sebep olduğu bilinmektedir. Turizmin başlangıcı, çoğunluğun düşündüğü gibi tatil turizmi olmamıştır. Aksine bilinmeyenin bilinmesi, görülmeyenin görülmesi ve öğrenme güdüsüyle ortaya çıkan kültürel seyahatlerle başlamıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008). Kültür turizminde yeni kültürlerin tanındığı, geçmişteki kültürlerin merak edildiği ve bu nedenler doğrultusunda bireylerin kendi kültürlerinin eğlenceli taraflarıyla beraber diğer grupların kültürlerine de açık olarak bu kapsamdaki bütün faaliyetlere katılmanın söz konusu olduğu görülmektedir (Aksu ve Kayabalı, 2006).

Kültür turizmi, bireylerin kültürel bakımdan zengin yerleri görmek, gün geçtikçe kaybolan yaşam şekillerini izleyip öğrenmek, kültürel değerleri bir anı şeklinde korumak için gerçekleştirilen gezilerle alakalı turizm çeşidi şeklinde ifade edilmektedir. Bilhassa geziye katılan bireyler kırsal yerleşim alanlarına gitmek, yöresel yemekleri tatmak, halk gösterilerini izlemek, eski el sanatlarını görmek ve festivallere katılmak istedikleri bilinmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008).

İnsanların kültürel değerleri görebilmesi için turizme katılması, turizmde olumlu etkiye neden olmaktadır. Öte yandan yapılan çalışmalar göstermektedir ki eğitim düzeyiyle turizme katılım düzeyi arasında yakın ilişkiler yer almaktadır. Eğitim düzeyindeki artışla beraber insanların daha fazla seyahat ettiği görülmektedir. Zira eğitim düzeyi yükselen kişilerin dünyanın farklı yerlerini, kültürel eserlerini, tarihini yakından görüp incelemek için yapılan seyahatler olduğu bilinmektedir (Kozak vd., 2001: s.39). Turistlerin kendi medeniyetleri haricinde farklı uygarlıkların tanımayı istemeleri, turizmi etkileyen en önemli unsurlardandır. Kültürel ve tarihi zenginliklerin

yakından görebilmek, bilgi sahibi olabilmek ve farklı dönemlere ilişkin uygarlıklar arası karşılaştırmalar yapabilmek, turizm olayını ortaya çıkaran temel faktörlerdendir. Ayrıca ülkelerin folklorik zenginliklerinin de ülke turizminin gelişiminde önemli olduğu bilinmektedir (Akat, 2000). Kültür turizminin diğer turizmlerden ayrıldığı en önemli etkenin kültür turizminde öğrenme unsurunun olmasıdır. Kültür turizminde seyahat edilen destinasyonda sadece geçmişe ait yer ve mekanların ziyaretinin olmadığı, bununla birlikte o bölgede yaşayan milletin yaşam şekline ilişkin bilgi de edildiği bilinmektedir. Bu nedenle kültür turizmi gezilerinde deneyim ve bilgi sahibi olduğu görülmektedir (Aliağaoğlu, 2004: s.51).

Kültür turizminin ülkeler için faydaları şu şekilde ifade edilmektedir (Dinçer- Ertuğrul, 2000: s.70):

Turist tecrübelerine artı değer kazandırılıp kaliteli ve kolay bir şekilde turistle iletişim kurulabilmektedir.

- Modern turizm tüketim kalıplarına uyularak, sürekli tatminin sağlandığı, yeni deneyimler ve ürünler araştırılmaktadır.
- Gelişen turizm pazarında bölümlere ayrılan taleplerin karşılandığı farklı bir turizm ürününün geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.
- Deniz-kum-güneş kaynakları haricinde geriye kalan yeni destinasyonlar için farklı bakış açıları yaratabilmektedir.
- Turizmin mevsimlik sorunlarının çözülebilmesi için daha aktif tatillerin, daha çekici faaliyetlerin, kısa süreli gezi ve iş gezisi yapanlara artı değer oluşturan seyahatler önerilmektedir

Turizm kapsamındaki en gelişmiş ve en eski dallardan biri olduğu bilinmektedir. 18. yüzyılda filozofların döneminde entelektüel oluşumun gelişimi ve yayılmasında yolculuğun önemli olduğu belirtilmektedir. Bu çeşit turizm etkinlikleri kültürel miras, sivil mimari (kaleler, kent salonları, saraylar, arkeolojik alanlar), dini yapılar (manastırlar, kiliseler), müzeler, sanatsal, kültürel alanlara yönelik faaliyetleri kapsadığı bilinmektedir. Kültür turizmi, tarihi yerler, farklı medeniyetlerin tanınması ve toplumların yaşam biçimlerinin görülmesi, sergi, festival, tiyatro, folklor vb. aktivitelere katılma amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerdir. Bireylerin kültürel mirasa

yönelik ilgisi neticesinde meydana gelen kültür turizminin, müzeler, tarihi kalıntılar, festival, fuar vb. faaliyetlerle daha gelişme göstermiştir. Geçmiş medeniyetlere dair kalıntıların yaşam biçimleri, gelenek-görenek, alışkanlıklar, el sanatları, yemek kültürü bu kültür türünde oldukça önemlidir (Tapur, 2009: s.474). Doğal ve kültürel varlıklar, arkeolojik kazılar, tarihi yerler, külliye, anıt, cami, kilise vb. değerler ve yasalarla korunması gerekli olan kültür turizmini meydana getiren faktörlerdir. Maddi varlıklar haricinde gelenek-görenekler, dini inançlar, yaşam şekilleri, sanat, müzik vb. manevi varlıkların kültür turizmini bütünleyen faktörler olduğu belirtilmektedir (Emekli, 2006: s.56).

İlk kez 1980'lerde Avrupa Birliği'nin kültürel kimliğinin açıklanması için gerçekleştirilen çalışmalarda ortaya çıkan kültür turizmi kavramının yaşadığımız dönemde uluslararası turizm pazarında önemli olduğu görülmektedir (Çulha, 2008: s.1829). Kültür turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayıran en temel unsurun kültür turizminde öğrenmenin olmasıdır. Kültür turizmi seyahat edilen destinasyonlarda sadece geçmişe dair yer ve mekanların ziyaretiyle değil, o bölgedeki milletin yaşam biçimi hakkında bilgi edinmeyi de kapsamaktadır (Aliağaoğlu, 2004: s.51).

Kültür kavramı yalnızca geçmişle alakalı değildir. Kültürün yaşadığımız dönemle de bağlantılı olması nedeniyle kültür turizminin güncel ve tarihsel olarak iki başlıkta incelenmesi mümkün olabilmektedir. Tarihsel kültür, herhangi bir ulusa has tarihi kültürel mirasın bir turizm organizasyonu kapsamındaki tanıtımı şeklinde ifade edilmektedir. Yaşadığımız dönemde kültür turizminde faaliyetlerin üstün bir öneminin olduğu görülmektedir. Güncel kültür, küçük bölgesel faaliyetler, yöresel faaliyetler, önemli bölgesel faaliyetler, ulusal ve uluslararası faaliyetler olarak beş başlıkta incelenebilmektedir (Alkanoglu, 2010: s.126). Özel ilgi turizminin bir türü olan kültür turizminin ilk defa 1969'da Kanada'nın Ontoria şehrinde düzenlenmiş olan bir kongrede, kültürel motivasyonlarla seyahat etmek şeklinde dar anlamıyla ifade edildiği bilinmektedir (Bakar, 1996: s.86). Sonraki yıllarda ise kültürel turizmle alakalı birçok tanım denemesinin yapıldığı görülmektedir. Mehrhoff tarafından kültürel turizm geniş anlamıyla incelenip ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve millete ilişkin değerleri tatması ve görmesi şeklinde tanımlanmıştır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; s.188). Bahsi geçen bu tanıma göre kültür turizmi temelinde çok farklı sebepler bulunmaktadır. Tarihi yapıların, eski sanat eserlerinin, müzelerin, eski

medeniyetlerin ve onlara ait kalıntıların görülmesi amacıyla keşif, araştırma, orijinal özellikler, yerel mimari, dini amaçlı seyahatler, yerel mutfak, kütüphaneler, festivaller, tiyatro, fuarlar, sinema, dans, müzik, edebi ve lisan çalışmaları, alt kültürlerin tanınması vb. amaçlarla gerçekleştirilen seyahatler bireylerin görgü ve bilgilerini arttırmakta, tüm bunlar da kültür turizmi içerisinde yer almaktadır (Toskay, 1993: s.156).

Silberberg (1995: s.361) tarafından kültür turizmi, “bir bölgenin, topluluğun, kurumun ya da grubun sanatsal, tarihsel, yaşam şekli / miras tekliflerine ya da bilimsel açıdan ilgi duyularak ev sahibi topluluk haricindeki insanlarca gerçekleştirilen ziyaretler” şeklinde ifade edilmiştir. Richards (2005: s.24) kültür turizmini, “kültürel gereksinimlerin karşılanacağı, yeni tecrübe ve bilgilerin kazanılması amacıyla normal yerleşim yerlerinden uzakta olan kültürel faaliyetlere yönelik insan hareketleri” olarak açıklamıştır. Teorik açıdan ise kültür turizmi “bireylerin belli yerleşim alanları haricindeki miras alanları, kültürel ve sanatsal belirtileri, tiyatro, sanat vb. belirli kültürel faaliyetlere yönelik tüm hareketler” şeklinde ifade edilmektedir.

Dünya Turizm Örgütü tarafından kültür turizmi, “diğer kültür turları gibi doğası gereği kültürel motivasyonlar adına bireyler, folkloru, doğayı, sanatı veya hac yolculuğunun incelenmesi adına festivallere seyahat etmeyi kapsamaktadır” şeklinde açıklanmıştır (Sigala ve Leslie, 2002: s.7).

Kültür turizminin gelişimi bakımından kültürel çekiciliklerin öneminin de oldukça yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu sebeple kültür turizmi kapsamının etkinlikleri ve tipolojisi bakımından incelendiğinde pek çok değerin kültür kapsamında yer aldığı görülmektedir. Bunların mimari yapılar, arkeolojik alanlar, müzeler, müzik, dans, hac görevi, dini festivaller, edebiyat araştırmaları, dil, sanatsal etkinlikler ve festivaller, resim galerileri, zanaatlar, el sanatları, sinema ve alt kültürler olduğu belirtilmektedir (Keleş, 2020).

Kültür bir cazibe şeklinde tanımlandığında üç temel türün ayırt edilmesi gerekmektedir (Bujdoso vd., 2015: s.308):

1. Atıl kültür (mimari stiller, binalar, kişisel eşyalar, sanatsal eserler),
2. Günlük kültür (boş zaman etkinlikleri, gastronomi, yaşam biçimleri),
3. Sahnelenen kültürdür (karnaval, festival, geleneksel etkinlikler).

Kültür turisti, minimum bir gece sürekli ikametinden 40 km daha uzaktaki bir sanat galerisi, kütüphane, müze, konserler, sinema, opera vb. ziyaretini kapsayan kültürel bir mekana katılan kişi şeklinde tanımlanmaktadır (Vargas-Hernandez, 2012: s.147). Kültür turizminin destinasyonlar üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu belirtilmektedir.

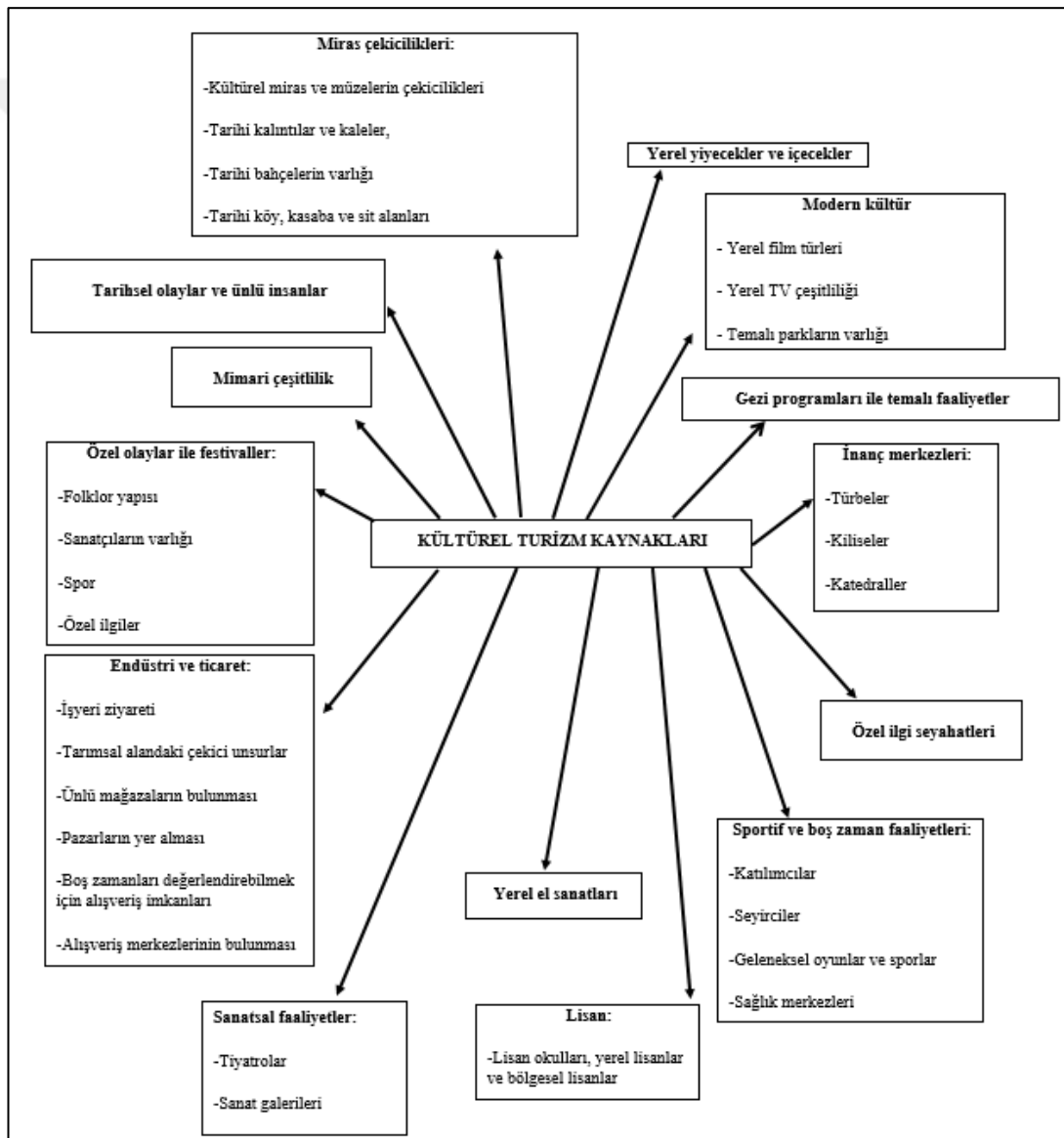
Çizelge 2.1. Kültür turizminin olumlu ve olumsuz yönleri (Csapo, 2012: s.224.)

Olumlu Yönler	Olumsuz Yönler
• Bölgesel kültürün gelişmesi • Doğal yaşam alanlarının korunmuş olması • Turizm bölgelerine dikkat çekilmesi • Yerel kültür ve geleneğin güçlendirilmesi • Turizm sezonunun uzaması • Sürdürülebilirlik	• Kültürün ticari bir duruma gelmesi • Çevre tahribi • Yerel geleneklere uygunsuz mimari • Taşıma kapasitesi problemleri • Kültür turizminin bağımlı bir rolünün olması • Uyuşmazlık kaynağı

Bir ülkenin genelde ekonomi, özelde ise turizmde kalıcı ve gerçek bir rekabet gücünün elde edilmesiyle bölgesel ve yerel ekonomilere katkısının olduğu, tarihsel, doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğinde kültürel ve tarihsel mirasın korunup paylaşımında, çok kültürlü ortama ulaşmasında, kültür bilincinin geliştirilip tarihi ve doğal mirasın gelecek nesillere aktarılmasında sürdürülebilir ekonominin oluşturulmasında en önemli bileşiğin kültür turizmi olduğu belirtilmektedir (Pekin, 2011). Alternatiflerin arttığı, bilginin dijital bir hal aldığı, gezilerin ise insanların parmak ucunda olabildiği globalleşen dünyada kültür turizminin geçmişe göre çok daha önemli bir hale geldiği dikkat çekmektedir.

Kültür turizminin her yıl milyonlarca bireyi harekete geçirip tarihi yerlerin, sanat galerileri ve müzelerin ziyaret edilmesini sağlamakta, binlerce bireyin istihdamında etkili olmaktadır. Konaklama işletmelerinin doluluğunun arttığı ve diğer turizm işletmeleri ile beraber birçok sektörde de olumlu etkilerinin olduğu ve böylelikle tüm

yıla yayılmasını temin ettiği belirtilmektedir (Uygur vd., 2015: s.98). Yaşadığımız döneme dek turizm etkinliklerinin deniz-kum-güneş üçgeninde gerçekleşerek turizm yatırımlarının kıyılarda gerçekleştirilmesine, denizi olmayan bölgelerin ise zengin kültürü olmasına rağmen geri planda kalmasına neden olduğu görülmektedir. Kültüre sahip çıkılması, korunması, yerli-yabancı turistlere tanıtılması ve bölgenin kalkınması adına kültür turizminin geliştirilmesinin oldukça önemli olduğu belirtilmektedir. Kültür turizminin aynı zamanda turizmin 12 aya yayılmasında, turistik ürünlerin çeşitlendirilmesinde ve turistlere daha çok harcama yaptırılmasında önemli bir güç olarak nitelendirildiği görülmektedir (Bandeoğlu, 2015: s.166-167).



Şekil 2.1. Kültürel turizm kaynakları (Richards, 2001)

Son dönemlerde turistlerin tercihlerinde değişikliklerin olmasına paralel olarak, gidilen yörelerdeki gelenek-göreneklere yansıtan kültürel değerlerin de tanınmasının sağlanmasına yönelik olan seyahatlerin bu kapsamda değerlendirilmesinin gerekli olduğu belirtilmektedir. Kültürel turizmde gerçekleşen bu gelişmelere bağlı bir şekilde geniş bir sınıflandırmanın yapılması zorunluluk olarak görülmektedir. Kültürel turizm kaynaklarının da bu gelişmelerin sonucunda yukarıdaki şekil 2.1’de olduğu gibi sınıflandırılabilir (Richards, 2001: s.23).

Kültürel turizmin son kırk yıllık sürecinde önemli artışların yaşandığı görülmektedir. 1970 ve 1990’larla karşılaştırıldığında sonraki dönemlere iki katına ulaşan artışların yaşandığı dikkat çekmektedir. Yapılmış olan bir çalışmada gezinin planlanmasında en önemli etkenin ne olduğu incelendiğinde 1980’de %48 oranında bunun önemli olduğu görülürken 1990’larda %88’lere ulaştığı rapor edilmiştir (Silberberg, 1995: s.363). Kültürel turizmde oluşan talep artışının Avrupa kıtasına doğru yöneldiği görülmektedir. Bilhassa Avrupa’da kamu sektörü kültürel gelişiminde oldukça önemli bir role sahiptir. Kültür turizminin gelişiminde etkili olan birçok faktörden söz edilebilmektedir. Söz konusu faktörler şu şekildedir:

Kültürel turistlerin eğitim seviyelerinin yüksek düzeyde olması sebebi ile bireylerin katılabilecekleri seyahatlerde daha çok şey öğrenme isteği bulunmaktadır,

- Kültür turizmi ile katılımcılara pozitif düşünce gücünün sağlandığı görülmektedir,
- Kültür turizminin yeni formları gelişmektedir,
- Bireyler medya vasıtasıyla kültür turizmi imkanlarının farkına varabilmektedir,
- Kültür turizmiyle alakalı özel sektör ve gönüllü kuruluşların gerçekleştirdiği pazarlama etkinlikleri,
- Doğu Avrupa’daki politik ve ekonomik değişim etkileri sayılabilmektedir (Swarbrooke, 1997: s.232).

Kültür turizminin gelişiminin önümüzdeki dönemlerde de artarak devam edeceği WTO tarafından yapılmış olan 2020 yılındaki çalışmada, bilhassa Ortadoğu, Asya ve Avrupa bölgelerinde önemli olabilecek düzeyde büyümenin olacağı öngörülmüştür

(WTO, 1998; s.38). Toplumlar için yeni imkanlar ortaya çıkaran kültürel turizmin faydaları arasında başlarda sahip olunan kültürel değerlerin korunmasının sağlanmasının yanında önemli gelir de sağladığı belirtilmektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: s.188). Her yıl milyonlarca turisti motive edip sanat galerileri, müzeler ve tarihsel alanların ziyaret edilmesini sağlayıp binlerce bireyin istihdamına neden olmakta, konaklama işletmelerinin doluluk oranını yükseltmekte ve diğer turizm işletmeleri ile beraber birçok sektörü de olumlu bir şekilde etkileyip turizm hareketlerinin bütün yıla yayılmasını sağlayabilmektedir.

Kültür turizmi hareketlerine katılım gösteren turistlerin karakteristik özelliklerinin tatil turizmine katılanlardan farklı olduğu görülmektedir. Kültür turisti;

- Tatil turizmine katılanlarla karşılaştırıldığında gelir düzeylerinin daha yüksek olduğu ve tatil boyunca daha çok harcama yaptıkları görülmektedir,
- Gezi esnasında geceleme sürelerinin daha uzun olduğu,
- Konaklama tercihleri genelde otel ve moteller yönünde olmaktadır,
- Alışveriş daha çok yaptıkları için harcama miktarlarının diğer turistlerden daha çok olduğu,
- Gidilen yörelerde yaşayanlarla karşılaştırıldığında eğitim düzeyinin daha yüksek olduğu,
- Seyahate katılım gösterenler arasında kadınların oranının erkeklerden daha fazla olduğu,
- Kültürel seyahatlere katılan gösterenlerinden orta yaş ve üzeri grubunda olduğu görülmektedir (Silberberg, 1995: s.363).

2.6.1. Kültür turizminin çeşitleri

Turizmin çeşitlendirilmesi hususunda gerçekleştirilen çalışmalarda kültür turizminin en önemli turizm türü olduğu görülmektedir. İsminden de anlaşılacağı üzere kültür kavramı sadece geçmiş değil günceli de kapsamaktadır. Yaşadığımız dönemle alakalı çokça etkinlik de (sergi, konser, olimpiyat oyunları, karnaval, festival, vb.) kültür turizmi kapsamındadır. Söz konusu durumda da “kültür turizminin” turizm ekonomisinde tarihsel ve güncel (actual & historical) olarak iki bölümde incelemenin yerinde olacağı düşünülmektedir.

Güncel kültür turizmi kapsamında etkinliklerin önemli olduğu belirtilmektedir. Söz konusu etkinliklerin bilhassa izleyici sayıları dikkate alınarak beş bölümde incelendiği görülmektedir (Kocapınar, 2015):

1. Yöresel Etkinlikler: Farklı tiyatro, müzik grupları, yöresel festivaller (portakal çiçeği festivali, yağlı güreş organizasyonları vb.), resim sergileri,
2. Küçük Bölgesel Etkinlikler: Farklı sanayi ve ticaret fuarları (Selanik Fuarı, Uluslararası İzmir Fuarı vb.), mesleki fuarlar (turizm fuarı, kuyumculuk fuarı, banyo fuarı vb), özel sergiler
3. Önemli Bölgesel Etkinlikler: Adana Altın Koza Film Festivali, vb;
4. Ulusal Etkinlikler: Cannes Film Festivali, vb;
5. Uluslararası Büyük Etkinlikler: Olimpiyat Oyunları, vb.

Tarihsel kültür turizmi ise, milli sınırlar içerisindeki tarihi kültür mirasını, belirli turistik organizasyon vasıtasıyla gösterilmesini temele almaktadır (Richards, 1996). Bunun toplumda oluşan “tarihi kültür mirasına sahip çıkılması” olgusu ile yakından ilgili olduğu belirtilmektedir. Yabancıların söz konusu mirasa yönelik ilgisinin toplumun bu mirası sahiplenmesi düzeyinde artıp azaldığı görülmektedir.

Kültür Turizmi çeşitlerinin başka türlü çeşitlendirilmesi istenirse (Rzazade, Güzel ve Ehtiyar, 2018; Gaziyeve ve Boyacıoğlu, 2021):

Kültürel Miras Turizmi: Toplumların kültürel, doğal ve tarihi eserlerinin ziyaret edilmesi, süreç kapsamında turistik ürün ve hizmetlerden faydalanmasıyla ortaya çıkmaktadır.

Yaratıcı Turizm: Ziyaretin gerçekleştiği destinasyonlara özel öğrenme teknikleriyle öğrenme ve turistlerin yaratıcılıklarını geliştirme temelinde gerçekleştirilmektedir.

Sanat Turizmi: Sanat galerisi ve müzeleri ziyaret etme, süreç içerisinde turistik ürün ve hizmet tüketimi bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Etnik Turizm: Uzaklarda yer alan etnik kültürlerdeki yaşam biçimleri ve söz konusu kültürlerin merak edilenlerinin öğrenilmesini esas almaktadır.

Hüzün Turizmi: Herhangi bir toplumun yaşamış olduğu katliamlar, felaketler, güçlükler, topluma mal olan bireylerin vefatlarının yaşandığı yerlere gidilmesini kapsamaktadır. Kara turizm ve dark turizm şeklinde de ifade edilmektedir.

Kentsel Kültür Turizmi: Seyahat edilen destinasyonların, kültür turizmi şeklinde nitelendirilmesi için sadece kültürel mirasların önemli olmadığı belirtilmektedir. Kültür turistlerinin izlenimlerinin bu sebeple önemli olduğu görülmektedir. Kentsel kültür turizminde belli bir ülke genelinde birkaç destinasyonun öne çıkması ve sürdürülebilirlikleri bakımından tehlikeye girebileceğini ortaya koymaktadır.

Kırsal Kültür Turizmi: Çiftlik veya yöresel evlerde konaklamanın, böylesi kırsal alanlarda zaman geçirmenin bu kapsamda değerlendirildiği belirtilmektedir.

Çağdaş Kültür Turizmi: Teknolojik gelişmelerin hızlandığı, gerçeklikten uzak ve sanal alanların oluşumunu sağladığı görülmektedir. Modern veya popüler kültür turizmi kapsamında bulunduğu belirtilmektedir.

Avrupa Topluluğu tarafından 1989'da gerçekleştirilmiş olan çalışmaya göre Avrupa'daki yerel kültürlerin, kültür turizmindeki etkilerinin ve kırsal ekonomilerine yansımalarının incelendiği görülmektedir. Bu kapsamda, İspanya, Galler ve İtalya'da farklı araştırmaların yapıldığı, çalışmaların sonucunda ise kültür turizminin, turizmin genel gelişim düzeyinden önemli ölçüde etkilenecek geliştiği, yörenin sosyo-ekonomik yapısında değişikliğe neden olduğu ortaya koyulmuştur (Thornburn,1986: s.16).

2.7. Azerbaycan Turizmi

2.7.1. Azerbaycanla ilgili genel bilgiler

Kafkas Dağları, nehirleri, gölleri, ovaları, 825 km uzunluğundaki Hazar Denizi sahil şeridi, birçok iklim tipinin burada yaşanıyor olması, zengin mineral suları ve zengin tarihi hazinesiyle turizm potansiyelinin oldukça yüksek düzeyde olduğu bir ülke olarak bilinmektedir. Kuzeyde Rusya (289 km) ve Gürcistan (340 km), güneyde İran (618 km), doğuda Hazar Denizi (825 km), batıda Türkiye (11 km) ve Ermenistan (766 km) yer almakta ve Azerbaycan'ın toplam sınır uzunluğunun 2849 kilometreyi bulduğu

bilinmektedir (Budagov ve Garibli, 2003). Azerbaycan, Kafkaslar'ın Avrupa ve Asya'ya geçiş yolunda bulunması nedeniyle tarihsel süreçte önemli medeniyetlerin ekonomik, ticari, siyasi etkinliklerin merkezi olduğu bilinmektedir. Tarihi İpek Yolu'nun geçmekte olduğu 33 devletten biri olarak bilinen Azerbaycan'ın yağadığımız dönemde önemli ticari, kültürel ve ekonomik merkez olma yolunda olduğu görülmektedir.

Azerbaycan Kafkasya'nın güneyinde, Hazar Denizi'nin batısında bulunduğu bilinmektedir. Batı ve Doğu'nun bir kavėaėında yer alan Azerbaycan'ın 1991 yılının Ekim ayında Sovyetler Birliği'nden ayrılıp bağımsız devlet haline geldiği belirtilmektedir. Yönetim şekli demokratik cumhuriyettir ve bağkenti Bakü'dr. Resmi dili ise Azerbaycan dilidir. 2019'da nüfusunun 10 milyonu ağtığı, %55'inin kentsel, %45'inin kırsal kesimde yağadığı bilinmektedir. 86.6 bin metrekare yüz ölümüne sahip olan Azerbaycan'ın rayon denilen 63 eyaletten oluğtuğu belirtilmektedir. Söz konusu eyaletlerin 11 büyükşehir ve 10 ekonomik blėe şeklinde yapılandığı görülmektedir. En önemli şehirlerin Gence, Bakü, Mingeçevir ve Sumgayıt olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte Nahçıvan zerk Cumhuriyet de Azerbaycan'a bağlıdır (Koçman, 1994).

Bu lke topraklarını iki yarıya ayıran Kr Nehri'nin güney bölümüyle Araz Nehri'nin saç kolu arasındaki bölüme “Aran”, Araz Nehri ile Kr Nehri'nin birleğtiği noktanın güneyindeki bölüme “Muğan”, Kr Nehri'nin kuzey bölümündeki toprağa ise “ėırvan” denilmektedir. Kuruluğunun ilk dönemlerini Dağlık Karabağ'ı Ermenistan'ın iğgal etmesi nedeniyle savağla geçirmiş olan Azerbaycan'ın 1994'te ateğkesin sağlanması ile beraber önemli bir ekonomik krizin yağandığı ve 90'larda ekonomik buhran yağayan Azerbaycan'da bu durumun 2000 yılında dek srdğu bilinmektedir. 2000'den sonra siyasi bağımsızlık ile beraber ekonomideki kalkınma ve dnğm süreçlerinin bağladığı ve devamlı olarak büyüyüp geliğen Azerbaycan ekonomisinin doğalgaz ve petrol gelirleriyle güçlendiği görülmektedir (Nuri, 2020).

Geçmiş dönemlerde ipek yolunun önemli bir durağı olan Azerbaycan'ın Orta ağ'dan beri önemli kültür ve ticaret merkezi olduğu bilinmektedir. Bakü limanı Kafkasya'nın en önemli ticaret merkezleri arasında yer almaktadır. Hintli, İranlı, Çin ve Anadolu tüccarların uğradığı önemli bir yerdir. Azerbaycan'ın şehirlerinin ipek yolu boyunca

yayılmış olması ve geçmiş zamanlarda yağ, halı, ipek kumaşlar, pamuk, değerli taşlar, kurutulmuş meyveler ve silah Azerbaycan ihracatındaki temel ürünler olarak göze çarpmaktadır (UNESCO, 2020).

Azerbaycan'ın turizm bakımından gelişime uygun yedi bölgenin öne çıktığı görülmektedir. Bu bölgeler şu şekilde belirtilmektedir (Seferov, 2006: s.258-262):

- Abşeron
- Gobustan-Şamahı-Göyçay-Ağsu- İsmayılı-Zerdab-Kürdemir- Ağdaş,
- Hızı-Deveçi-Siyezen-Guba-Haçmaz- Gusar,
- Gebele-Oğuz-Balaken-Şeki-Gah-Zagatala,
- Gence-Hanlar-Goranboy-Gazah-Gedebey-Tovuz-,
- Salyan-Astara-Masallı-Lenkeran-Lerik-,
- Nahçıvan-Babek-Şahbuz-Ordubad-Şerur-Sederek-Culfa

Dünyadaki on bir iklim kuşağının dokuzuna Azerbaycan'da rastlamanın mümkün olduğu belirtilmektedir. Sahip olduğu iklim türü zenginliği ile bitki örtüsü çeşitliliğine sahip olduğu bilinmektedir. Azerbaycan'da belirlenebilen 4300 bitki ve 446 çalı ve ağaç cinsinin olduğu görülmektedir. Ülke coğrafyasında büyüklü küçüklü ortalama 8400 çay ve nehir mevcuttur. Söz konusu çay ve nehirlerin toplam uzunluğunun 33665 km olduğu ve uzunluğu 5 km'den fazla akarsuların sayısının 850, uzunluğu 100 km fazla olanların 21 olduğu bilinmektedir (Budagov ve Garibli, 2003). Akarsularından en önemlileri Kür Nehri (toplam uzunluğu 1515 km, 906 kilometresi ise Azerbaycan topraklarından geçmektedir), Samur (216 km), Araz (1072 km), Gabırri (389 km), Terter (200 km) ve Ganıh'tır (413 km). Şelaleler arasında ise İlisu (Kürmükçay) ve Afurca (Velveliçay nehri) şelaleleri, göller arasından Şemkir Baraj Gölü (116 km²), Mingçeşvir Baraj Gölü (605 km²), Ceyranbatan Baraj Gölü (13.9 km²), Candar Gölü (12.5 km²), Acınohur Gölü (11 km²) ve doğal güzellikleriyle ünlü olan Göy-Göl (0.79 km²) sayılabilmektedir. Ayrıca dünyadaki en büyük göl olarak bilinen Hazar Denizinin Azerbaycan, Kazakistan, Rusya Federasyonu, İran ve Türkmenistan tarafından ortak bir şekilde uluslararası deniz niteliğinde kabul edildiği, 400 bin km²'lik yüz ölçüme sahip olduğu belirtilmektedir. Hazar Denizi'nin 78800 km²'lik su havzası Azerbaycan'a aittir. En derin bölgesinin 1020 metre olduğu bilinmektedir (Budagov ve Garibli, 2003). Azerbaycan Cumhuriyeti'nin arazi yapısının yaklaşık %50'sinin

dağlık olduğu görülmektedir. Bölgede deniz seviyesinden 3000 m'ye kadar çıkan yüksekliğe sahip sahaların bulunduğu, %1'inin ise 3000 m'den yüksek olan yerleri kapladığı belirtilmektedir.

Ülkenin deniz seviyesinden yüksekliğinin ortalama 657 m olduğu görülmektedir. Azerbaycan'daki en önemli dağlarının Büyük Kafkas sıradağları (4000-5000 m) içindeki Şahdağ (4243 m), Pazardüzü (4466 m), Yarıdağ (4116 m), Pazaryurd (4126 m), Tufan (4191 m), Ragdan (4020 m) dağları, Küçük Kafkas sıradağları içindeki Gazangeldağ (3829 m), Kapıcık (3904 m), Biçenek Aşırımı (2346 m); Karabağ Volkanik Yaylasındaki Delidağ (3616 m); Murovdağ silsilesindeki Kamışdağ (3724 m), Kepez (3066 m), Hinaldağ (3367 m); Zengezur sıradağlarındaki Büyük Işıklı (3550 m); Talış sıradağlarındaki Kömürköy (2493 m) ve Kızıyurdu (2433 m) dağları olarak bilinmektedir (Khalilova, 2008). Azerbaycan topraklarının yaklaşık %40'ının yüksekliği 500 m dek ulaşabilen ovalarla (en önemlisi Kür Ovası) ve %25'inin ise yaylalarla kaplı olduğu belirtilmektedir. Lenkeran Ovası, Kür-Araz Ovası ve Samur-Deveçi Ovası Azerbaycan'ın başlıca ovaları olarak bilinmektedir (Budagov ve Garibli, 2003).

Deniz seviyesinden 1100 m yüksekte Duzdağ Yaylası, 1200 metre yüksekte Nehrem Yaylası ve Dandağ Yaylası Azerbaycan'daki üç büyük yayladır. Toplam yüzölçümünün 1,2 milyon hektar olduğu belirtilen Azerbaycan'daki ormanların %90'ının dağ ve dağ eteğinde, %10'unun ise ovalarda bulunduğu görülmektedir. Bakü ve Abşeron kıyılarında yazların güneşli ve uzun olduğu, senelik ortalama güneşlenme süresinin birçok ülkeden uzun olduğu belirtilmektedir. Bu bölgelerde deniz suyu sıcaklığının yılın 5-6 ayının 20 derecenin üzerinde olduğu bilinmektedir. Söz konusu kıyılarının bilhassa Avrupa'nın sisli, soğuk ve yağışlı yerlerinde yaşayan kişiler için ideal bir tatil yeri olduğu, adeta bir cennet niteliğinde olduğu görülmektedir. Yalama, Nabran, Haçmaz yöresinin benzersiz plajları, yeraltı su kaynaklarıyla zengin olan ormanları turistler için ilgi çekicidir (Hüseynov, 2007)

Azerbaycan'ın yeraltı kaynakları açısından da zengin olduğu bilinmektedir. Ülkenin en büyük yeraltı zenginliğinin doğalgaz ve petrol olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalara göre Azerbaycan'da karadaki petrol rezervinin %87'sinin kullanılmış olması nedeniyle petrol ve gazın ağırlıklı bir şekilde, Hazar Denizi derinliklerinden

çıkarıldığı bilinmektedir. Azerbaycan'ın önemli diğer yeraltı kaynaklarının çinko, kurşun, bakır, demir, barit, alüminyum, mermer, kobalt, arsenik, siyenit, kireçtaşı, kuvars, maden tuzu, kaya tuzu, taş ocakları, kaolin ve benzeridir (Khalilova, 2008).

Azerbaycan topraklarının arkeologlar açısından zengin bir kaynak olduğu bilinmektedir. Karabağ'da yer alan Azıh Mağarası'nda gerçekleştirilen kazıların sonucunda 2 milyon yıl öncesinde Azerbaycan topraklarında medeniyetin izleri ortaya çıkarılmıştır. Aşıl döneminden Azıhantrop şeklinde belirtilen insan çenesinin, Azerbaycan'da erken insan yerleşimlerinin olduğunun kanıtı olarak gösterilmektedir (Rzayeva, 2019: s.112). Azerbaycan halılarının benzersiz tasarımlarının, zengin renkleri ve eşsiz dokuma teknikleri ile dünya genelinde büyük bir bilinirliğe sahip olduğu görülmektedir. Azerbaycan'ın söz konusu eski örneklerinin yaşadığımız dönemde dünyanın her yanında Tekstil Müzesi (Washington), Victoria ve Albert Müzesi (Londra), Louvre (Paris), Hermitage (St. Petersburg), Topkapı (İstanbul) gibi ünlü müze ve galerilerde sergilendiği bilinmektedir (Maharramova, 2017: s.7).

Azerbaycan'ın eski dönemlere dayanan bir eğitim ve bilim tarihinin olduğu görülmektedir. 1919 yılında açılmış olan Bakü Devlet Üniversitesi ile 1945 yılında kurulmuş olan Azerbaycan Bilimler Akademisi Enstitüleri, ülkenin eğitim, kültür ve bilimin gelişmesinde olağanüstü rolünün olduğu belirtilmektedir. Yaşadığımız dönemde Cumhuriyet bilim adamlarının çalışmalarında Hazar Denizi derinliklerinin, insan beynindeki gizemleri, uzay vd. problemlerin yer aldığı görülmektedir. Azerbaycan'ın müzik geleneklerinin de atalarına dayandığı bilinmektedir. Ülkedeki en eski müzik aletlerinin Gobustan bölgesindeki oval taşlar olduğu belirtilmektedir. Azerbaycan'ın müzik mirasının parçası olduğu için Muğam sanatının UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine eklendiği bilinmektedir (Aliyeva, 2020).

Zengin bir mimariye de sahip olan Azerbaycan'da tarihin her dönemiyle alakalı mimari yapıların olduğu görülmektedir. Kafkas Arnavutluğu'nun anıtlarının yaşadığımız döneme dek korunmuş olduğu görülmektedir. Nahçıvan, Tebriz, Abşeron ve Şirvan mimarlık okullarının Azerbaycan mimarisine pek çok eser verdiği bilinmektedir. Mümine Hatun (1186) ve Yusuf ibn Kuseyr (1162), Berde Türbesi (1322), Şirvanşahlar Sarayı (1420- 1460), Bakü sembolü Kız Kalesi, Nardaran (1301),

Mardakan (1232), Seki Han Sarayı (18. yüzyıl) ve Ramana kaleleri (12-14. yüzyıllar) gibi tarihi eserler örnek gösterilebilmektedir (Guliyeva, 2012: s.227-239).

Azerbaycan'ın ülke ve konumunda bulunan farklı iklim ve manzara şartları sebebi ile birçok endemik türün yer aldığı ilginç bir fauna ve florayı desteklediği belirtilmektedir (Williams ve Guliyeva, 2004: s.5). Doğayı Koruma Alanı, eğitim ve bilim açısından önemli olan ender, kaybolmaya yüz tutmuş ya da tehlikeye maruz kalan ekosistemlerin, türlerin ve doğal olayların neden olduğu seçkin örneklerini kapsayan ve mutlaka korunması gereken salt eğitim ve bilim amaçlarıyla kullanabilmek adına ayrılan doğa parçaları şeklinde belirtilmektedir. Doğa Parkının ise yaban hayatı ve bitki örtüsü niteliğindeki, manzara bütünlüğünde halkın eğlenme ve dinlenmesine uygunluğu görülen doğa parçaları olduğu ifade edilmektedir (Usta, 1993). Yaşadığımız dönemde Azerbaycan'da Devlet Ekoloji Komitesi'ne bağlı olan 14 doğayı koruma alanı ile 20 adet doğa parkının bulunduğu görülmektedir (Tağıyev ve Necefov, 2001). Ülkedeki doğayı koruma alanları aşağıdaki çizelgede belirtilmiştir.

Çizelge 2.2. Azerbaycan'daki doğayı koruma alanları (Ahmedov vd., 2000; s.77.)

Doğayı Koruma Alanının Adı	Bulunduğu Eyalet (Rayon)	Kuruluş Tarihi	Alanı (Ha)	Sahip Olduğu Kaynak/Değer	Yararlanma
Göy-göl	Hanlar	1925	7130	Tabii (bitki ve hayvan toplulukları)	Kamp, Restoran
Kızıl-ağaç	Lenkeran	1929	88360	Ornitolojik (kuşbilimsel)	Gözlem, Bilimsel Araştırma
Zagatala	Zagatala-Balaken	1929	23840	Tabii (bitki ve hayvan toplulukları)	Otel, Kamp
Hirkan	Masallı-Lenkeran	1936	2910	Tabii (bitki ve hayvan toplulukları)	Piknik, Kamp
Türyançay	Ağdaş-Yevlah	1958	12360	Tabii (bitki topluluğu)	Lokanta, Kamp

Çizelge 2.2. Azerbaycan'daki Doğayı Koruma Alanları (Ahmedov, vd., 2000; s.77.)
(Devam)

Doğayı Koruma Alanının Adı	Bulunduğu Eyalet (Rayon)	Kuruluş Tarihi	Alanı (Ha)	Sahip Olduğu Kaynak/Değer	Yararlanma
Şirvan	Salyan-Neftçala	1961	25760	Tabii (hayvan topluluğu)	Piknik, Gözlem
Gobustan	Abşeron	1966	173	Tarihsel (eski yerleşmeler), Arkeolojik	Açıkhava Müzesi, Lokanta, Otel
Pirgulu	Şamahı	1968	1920	Manzara, Tabii (bitki topluluğu)	Gözlem, Araştırma, Rasathane
Karayazı	Gazah	1970	4860	Tabii (hayvan topluluğu)	Piknik, Gözlem
Basitçay	Zengilan	1970	107	Tabii (bitki topluluğu)	Kamp, Piknik
Ağ-göl	Ağcabedi	1978	4400	Tabii (hayvan topluluğu)	Kamp, Piknik, Sportif Balıkçılık, Kamp
İlisu	Gah	1981	9200	Tabii (bitki topluluğu)	Kamp
İsmayılı	İsmayılı	1981	5780	Tarihsel, Tabii (bitki toplulukları)	Anıt, Piknik
Altı-ağaç	Hızı	1991	4400	Tabii (bitki topluluğu)	Kamp, Piknik, Otel

Azerbaycan'daki yer alan birçok doğa parkı bulunmakta olup, söz konusu parklar şu şekilde sıralanmaktadır; Ağ-Göl, Korçay, Şemkir, Şirvan, Kızıl-Ağaç, Karayazı, Gusar, Berde, Bendovan, Şeki, Ordubad, Laçın, Gubadlı ve Zuvand'dır. Yapılan çalışmalar Azerbaycan bölgesinin şifalı su kaynaklarının yüksek olduğunu göstermektedir. Bunun yanında bazı kaynaklarda bölgenin çamur banyosu yapmak için oldukça elverişli bir ortam olduğu ifade edilmektedir. Bu konularda en zengin bölgelerin Talış ve Küçük Kafkas Dağları ile Nahçıvan bölgesi olduğu görülmektedir (Memmedov ve Rahimov, 2000). "Naftalan" olarak belirtilen ve dünyada yalnızca

Azerbaycan’da bulunan madde çamurumsu bir petrol karışımıdır. Bu maddenin sinir sistemi hastalıkları ile kadın hastalıkları, cilt ve deri hastalıklarına iyi geldiği ifade edilmektedir.

Azerbaycan’da toplam maden suyu kaynağı sayısının 200’e yakın olduğu görülmektedir. Söz konusu kaynakların sıcaklıkları $+6^{\circ}\text{C}$ ’den $+92^{\circ}\text{C}$ ’ye kadar değiştiği bilinmektedir. Yaşadığımız dönemde “Badamlı”, “Vayhir” ve “Sirab” madensularının ticari satışlarının yapıldığı belirtilmektedir (Zeynalli, 1998). Kelbecer rayonunda “İstisu madensuyu” bulunmaktadır. Bu maden suyu bir sıra niteliğe göre tüm dünyada bilinen Karlovı Varı suyundan daha üstün düzeyde olduğu görülmektedir. Söz konusu maden suyunun yıllık debisinin 600 milyon litre civarında olduğu, ancak bunun sadece %10’unun kullanıldığı belirtilmektedir. Abşeron yarımadasında bulunan Deveçi, Surahanı ve Şıh rayonundaki Galaaltı, Guba rayonundaki Haltan, Şuşa rayonundaki Turşsu ve Şırlan ile Culfa rayonundaki Darıdağ tedavi etme özelliği yüksek olan sular arasında yer almaktadır (Budagov ve Garibli, 2003).

Bununla birlikte ülkede birçok kaplıcanın da mevcut olduğu bilinmektedir. Termal suların sıcaklığının değişik arazilerde farklı olduğu görülmektedir. Kür-Araz artezyan havzası içerisinde yer alan termal suların sıcaklığının $+150^{\circ}\text{C}$ ’ye, İstisu mineral kaynaklarındaki ısı miktarının ise $+60^{\circ}\text{C}$ - 80°C ’ye ulaştığı görülmektedir. Termal kaynakların Büyük Kafkas’ın kuzeydoğu ve güney yamaçları ile Talış Dağlarında daha fazla olduğu belirtilmektedir.

Azerbaycan’da çamur volkanları ile şifalı yerüstü ve sualtı olduğu bilinmektedir. Söz konusu volkanların önemli bir kısmının Bakü çevresinde, Gobustan ve Hacıgabal rayonlarında yer almaktadır. Dünyada çamur volkanlarının çeşitlilik ve sayıları göz önünde bulundurulduğu zaman bu alanda Azerbaycan ile rekabet edebilecek ülkelerin olmadığına vurgu yapılmaktadır. Azerbaycan’ın çamur volkanlarının şifalı çamuru mide-bağırsak, deri, sinir ve jinekoloji hastalıklar da dahil olmak üzere kozmetik alanda bile kullanıldığı görülmektedir.

2.7.2. Azerbaycan’da kültür turizmi

Azerbaycan, kendi tarihi kökleriyle beraber uzak gemiŖe giden maddi-manevi kültürleri olan ülkelerden biridir. Azerbaycan topraklarında 6 binden fazla tarihi mimari anıtların bulunduğu ve söz konusu anıtların her yıl ülke turizmine milyonlarca turist çektiği bilinmektedir. Dünyanın en bilinen tarihi yolu olarak ifade edilen Büyük İpek Yolu da Azerbaycan toprakları üzerinden geçmektedir. Bütün bu tarihi ve doğa değerleri ile Azerbaycan dünya turizminde en fazla tercih edilen ülkelerdendir. Azerbaycan’daki kültür turizmi, Batı ile Doğu’nun, modernliğin ve geleneklerin, Ŗehir telaŖı ve deđiŖmeyen köy hayatının karŖı konulamaz bir karıŖımı olarak karŖımıza çıkmaktadır. EskiŖehir’den Bakü Bulvarı ve devamında yaygın olarak Sovyet yapılarının olduğu görülmektedir. Bunun yanında Bakü’de daha modern kavramların bir araya geldiği göze çarpmaktadır. BaŖkent bölgesinin dıŖında kalan alanlarda halı fabrikaları, el sanatı atölyeleri ve bütün el yapımı iŖletmeleri yer almaktadır. Bölgede bir hamama ya da benzersiz Naftalan yağ banyosuna yönelik olarak yapılan rahatlatıcı bir ziyaretin insanları enerji dolu ve tazelenmiŖ bir hale getirdiği belirtilmektedir. Her bölgede Azeri kültürüne has bir dokunuŖun sunulduğu, bir bütün halinde, önemli ölçüde Hristiyan milletlerle çevrili bir Müslüman adası konumunda bulunan Azerbaycan’da, Kafkasya’nın baŖka hiçbir yerinde bulunamayacak kültürel deneyimlerin sunulduğu bilinmektedir (Fataliyev, 2022).

Azerbaycan’ın tamamında yalnızca yerli bireylerin değil, bunun yanında turistlerin de ilgilerini çekmekte olan ilginç yerlerin olduğu görülmektedir. Azerbaycan, Asya ile Avrupa arasındaki ana ticaret merkezlerinden birisidir. Bu durumun Azerbaycan’da yaŖayan yerli bireylerin kültürünü ve mimarisini etkilediği dŖnlmektedir (Karimov, 2020: s.5).

Azerbaycan, kültür turizminin uygulanacağı değerli kültürel varlıklar ve tarihi eserlere sahiptir. Fakat ülkedeki bazı müzelerin, arkeolojik sitelerin ve birkaç prehistorik sitelerin ziyareti haricinde kültürel amaçlı turizmin pek geliŖmediđi belirtilmektedir. Halbuki eski geleneksel dokusu ile hala ayakta olan kentlerin, el sanatları ile ünlü olan merkezlerin, dünya üzerinde en eski yerleŖim yerinden olan örneklerin burada bulunması mümkün olabilmektedir. Azerbaycan kendi milli mutfağıyla da Ŗhret elde etmiŖtir. Söz konusu geleneklerin halkın uzak gemiŖi ile bağlı olduğu bilinmektedir.

Bu ülkeye ilk kez gelen herkesin ülkenin zengin milli mutfağının yemeklerine hayran kaldığı belirtilmektedir (Mursalov, 2009). Turizmin hammaddelerinden birinin de o memleketteki arkeolojik açıdan sahip olunan zenginlik olduğu düşünülmektedir (Olalı, 1963).

Azerbaycan'da arkeolojik eserler ile tarihi anıtların farklı şekilde görüldüğü belirtilmektedir. Özellikle sanat şehirleri, tarihin oldukça eski dönemlerinden kalan eserler ve müzeler burada dikkate değer birer varlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyanın farklı bölgelerinin Azerbaycan kadar uzun tarihi ve zengin mirasa sahip olmadığı görülmektedir Bu bölgenin görülmesi gereken önemli yerlerinin saymakla bitirilemeyeceği belirtilmektedir. Başkent Bakü muhteşem bir güzelliğe sahip olmakla beraber, bölgede yer alan Şirvanşahlar Sarayı Kompleksinin kentin kale içi kısmındaki “İçeri Şehir”de 1420-1460 yılları arasındaki dönemlerde inşa edildiği bilinmektedir. Külliyyede Seyit Yahya Bakuvi Türbesi (1450), iki katlı saray (1420), Şah Mescidi (1442), Hamam, Divanhane (1450), ve 1585 yılında yapımı tamamlanmış olan külliyenin kuzey giriş noktası olarak bilinen Murat Kapısı bulunmaktadır (Mirzade, 2002).

Eşine oldukça az rastlanan ve savunma tesisi olarak da bilinen Kız Kalesinin Mesud ibn Davud tarafından 12. Yüzyıl civarında yapıldığı ifade edilmektedir. Eserin yüksekliği 28 metre, çapı 16.5 metre, duvar kalınlığı ise bazı yerlerde 5 metre civarında bir ölçüye sahiptir (Mirzade, 2002). Bakü'nün biraz dış bölgesinde yer alan, havaalanı yolunda inşa edilmiş olan Surahani kasabasında Ateşgah Zerdüş mabedi yer almakta olup, söz konusu yapı 1713'de Bakü'de yaşayan Hindular tarafından inşa edilmiştir. Mezolit devrine ait tasvir sanat eserleri arasında yer alan Gobustan, Bakü'nün güneyinde bulunan 60 km uzaklıktaki önemli bir arkeolojik merkez olarak bilinmektedir. Burada yer alan kayalıklarda 12.000 yıl öncesine ait olduğu düşünülen avcılık ve ayin sahneleriyle vahşi hayvan ve ev görüntülerinin yer aldığı yaklaşık 4000 duvar resminin olduğu belirtilmektedir.

Şamahı şehri Bakü'nün 120 km batısında yer almaktadır. Söz konusu şehirde birçok kez depremler yaşanmış olmasında karşın buradaki tarihi binaların korunabildiği görülmektedir. Şirvan Şahlarının Türbesi olan Yedi Gümbez, Cuma Camii (10. y.y.) ve Gülüstan Kalesi (16. y.y.) bu binaların başlıca örneklerinden olarak belirtilmektedir.

Şeki şehri, Bakü'nün 340 km kuzeybatısında yer almaktadır. Eski anıtlarıyla turistik anlamda dikkat çekicidir. Şeki'nin kuzeyindeki Gelesen-Göresen Kalesinin 15. yüzyılda inşaa edildiği bilinmektedir. 1762'de Hüseyin Han tarafından yaptırılan muhteşem Şeki Hanlar Sarayının yabancı turistlerce ziyaret edildiği görülmektedir.

Gazah rayonu bölgesinin Yukarı Eskipara köyünde 5. yüzyıla tarihlenen kaya içerisinde oyularak yapılan Zerdüşt tapınağının olduğu ve Musaköy köyünde 18. Yüzyıl dolaylarında yapıldığı belirlenen Didvan Kalesi eserleri Azerbaycan'ın arkeoloji alanındaki güzellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Nahçıvan'da Acemi Nahçıvani'nin 1186'da inşa etmiş olduğu 34 metre yüksekliğindeki Mümine Hatun Türbesinin buranın mimari üslubunun seçkin örneği niteliğinde olduğu bilinmektedir. Türbenin seramik yazılar ve geometrik süslemeler ile bezendiği dikkat çekmektedir.

Yaşadığımız dönemde müzelerin ülkelerin turistik hazinelerinden olduğunu ve gelir kaynağı niteliğinde olduğunu bilmekteyiz. Azerbaycan'da 130'dan fazla galeri ve müze olduğu görülmektedir. Azerbaycan topraklarının %20'sine yakınının Ermenistan tarafından işgal edilmesi nedeniyle buralardaki 22 müze ve 4 sanat galerisinde yer alan eserlerin düşman eline geçtiği belirtilmektedir. Söz konusu tarihi eserlerin bazılarının kurtarılabilmesine karşın birçoğu belirsiz bir durumdadır (Azerbaycan Kültür Bakanlığı). "İçeri Şehir" tarihi kalesinin açık hava müzesi olduğu ve Bakü'nün en eski mekanı olduğu bilinmektedir. Kalenin değişik alanlarında Azerbaycan'ın kültürel ve arkeolojik bakımdan büyük bir öneminin olduğu, değerlerinin yer aldığı görülmektedir. Bunlara örnek olarak Kız Kalesi (12. yy.) ve Şirvanşahlar Sarayı (15. yy.) verilebilmektedir.

Azerbaycan halkının bin yıllık kültürel ve tarihi miras eserlerinin yer aldığı Azerbaycan Tarih Müzesi, Kafkasya ülkelerindeki müzelerin en büyüklerindendir. Müze hazinesinde eski silahlardan halılara dek yüzbinlerce numunenin yer aldığı bilinmektedir. Örneğin 1920'de kurulmuş olan Azerbaycan Sanat Müzesinde Azerbaycan Rusya, Çin, Japonya vb. ülkelerin tasvir edildiği sanat eserlerinin olduğu görülmektedir.

Azerbaycan edebiyatının ve folklorunun anlatıldığı Nizami Adına Edebiyat Müzesi Bakü'nün en güzel binasında yer almaktadır. Başkent Bakü'de merkez bölgede yer

alan Halı ve Halk El Sanatları Müzesinin fonunda on binin üzerinde sanat eserinin yer aldığı, 1986'da Uluslararası Müze Birliğinin üyesi olduğu bilinmektedir. Azerbaycan Jeoloji Müzesi, İstiklal Bağımsızlık Müzesi, Tiyatro Müzesi, Milli Sinematografi Müzesi, Müzik Kültürü Müzesi, Din Tarihi Müzesi, Cumhuriyet El Yazmaları Müzesi ve Hazar Denizcilik Tarih Müzesi Azerbaycan'ın kültür ve medeniyet arşivi niteliğindeki müzelerindendir.

Turizm açısından, sosyal etkinliklerin en önemlilerinden biri de sergiler ve fuarlardır. Son dönemlerde Azerbaycan'da gerçekleştirilen uluslararası fuar, sergi ve seminerlerin sayısının git gide arttığı görülmektedir. Ülkede gerçekleştirilen böylesi faaliyetlerin %95 gibi önemli bir oranının Başkent Bakü'de gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Çok yönlü olarak yeniden yapılanma sürecindeki Azerbaycan, inşaattan makineye, gıdadan tekstile, otomotivden telekomünikasyona önemli bir pazarlama alanı konumundadır. Ülkenin yerüstü ve yeraltı zenginliği, okuma-yazma oranının yüksek olması ve işçilik ücretinin düşük düzeyde bulunması bu bölgeyi yatırımcılar için oldukça cazip kılabilmektedir (Dinçer, 2002).

Ülkedeki fuarlar özellikle yabancı yatırımcıların bu bölgeye gelmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Uluslararası Tüketim Malları ve Hafif Sanayi Fuarı, Uluslararası Ticaret Fuarı, Uluslararası Gaz ve Petrol Fuarı, Türk İhracat Ürünleri Fuarı, Azerbaycan Uluslararası Turizm Fuarı, Bakü Uluslararası Ev Teknolojisi ve Dayanıklı Tüketim Malları Fuarı ülkede her yıl düzenlenmekte olan önemli fuarlardandır. Azerbaycan halkının asırlardır var olan zengin tarihi süresince değişik sanatların yerinin çok önemli olduğu bilinmektedir. Eski zamanlardan beri halıcılık, dericilik, el işleri, ipek dokuması ve kuyumculuk gibi el sanatları çeşitlerinin ülkede var olduğu görülmektedir. İpek dokuması, halıcılık ve kuyumculuk ürünlerinin üretilmesiyle tüm dünyada ün kazanmış Avrupa, Azerbaycan, Afrika, Asya ve Amerika'dan gelen turistler için ilgi odağı olabildiği belirtilmektedir.

Azerbaycan'ın tiyatro ve müzik sanatının da çok zengin olduğu görülmektedir. Azerbaycan Devlet Akademik Opera ve Bale Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Musikisi Komedisi Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Akademik Milli Dram Tiyatrosu ve Azerbaycan Devlet Rus Dram Tiyatrosu Bakü'de en çok ziyaret edilen tiyatrolar arasında bulunmaktadır. Bunlarla birlikte Azerbaycan Devlet Şarkı Tiyatrosu, Muğam

Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Genç Seyirciler Tiyatrosu, Azerbaycan Devlet Çocuk Tiyatrosu ve Azerbaycan Devlet Kukla Tiyatrosu ülkenin kültür yaşamında önemli bir yere sahiptir. Bakü Devlet Sirkinin devamlı olarak faaliyette olduğu, yabancı sirk gruplarının da gösterilerinin sergilendiği bir mekandır. Azerbaycan'da org müziğini sevenlere yönelik Bakü Kapelhaus'unda, senfoni müziğini sevenlere yönelik ise Azerbaycan Devlet Filarmonisinde konserlerin verildiği bilinmektedir. Haydar Aliyev adına yapılan Respublika Sarayı'nın gerek yerli gerekse de yabancı müzisyen ve grupların konser verdiği ülkenin en büyük sanat sahnesi olduğu belirtilmektedir.

Turizm potansiyeli bakımından incelendiğinde Azerbaycan topraklarının birçok yöre ve bölgesinin çok önemli özelliklerinin olduğu görülmektedir. Bilhassa Abşeron Yarımadasının kuzey bölümü ve Hazar Denizi kıyılarında, bununla birlikte Lenkeran Ovası, Guba-Haçmaz, Merkez ile Batı Bölgesi turizm potansiyeli bakımından daha yüksek potansiyelinin olduğu bilinmektedir. Abşeron Yarımadası, dinlenmeye uygun iklim, doğal şartlar, ılık ve berrak denizi, ince kumlu plajları, şifalı suları, tedavi amaçlı kullanılmakta olan çamuru, altyapı ve ulaşım açısından gelişmişliğin göz önünde bulundurulduğunda ülkede rekreasyon amacıyla kullanılabilecek dinlenme komplekslerinin oluşturulabileceği en önemli bölgeler arasında yer almaktadır. Söz konusu yarımada, Azerbaycan'ın çocuk-gençlik parklarının en yoğun kampçılık merkezi olduğu bilinmektedir. Son dönemlerde buradaki sağlık yurtlarının iyileştirilmesi ve yenilerinin yapılmasına yönelik bazı girişimlerin başlatıldığı görülmektedir. Abşeron Yarımadası termak turizminde, Bilgeh, Surahanı, Buzovna, Şıh, Merdekan ve Pirşağı'nda hidrojen sülfürlü su kaynaklarının önemli olduğu belirtilmektedir.

Azerbaycan'ın kuzeydoğu bölümünde yer alan Guba-Haçmaz, önemli gelişme perspektifi olan rekreasyon-turizm bölgeleri arasında yer almaktadır. Söz konusu bölgenin manzara güzellikleri, kolay ulaşılan bir yerde olması, Hazar Denizi'nin Gilezi-Zarat ve Yalama-Nabran kıyılarındaki balneoloji merkezleri, Haltan, Kalealtı vb. mineral su kaynaklarının varlığı, bölgede rekreasyonel önemi arttıran özellikler arasında yer almaktadır. 1970'lerden beri Deveçi ilçesindeki 350 kişilik Kalealtı mineral suyu Batı Ukrayna'daki Naftusiya suyu ile aynı düzeyde tedavi edici özelliğe sahip olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte Hazar Denizine ve demiryolu hattına yakın olması, deniz seviyesinden 500 metre yüksek olması, oldukça güzel ve yeşil

peyzajı, bağcılık, sebzecilik ve hayvancılığın gelişme gösterdiği ilçeler ile iç içe olması, sağlık verici ve temiz havası ile Kalealtı'nın kısa zamanda bir dinlenme ve sağlık merkezi şeklinde tanınmaya yol açtığı görülmektedir (Zeynallı, 1998)

Hazar Denizi kıyısında yer alan Lenkeran Ovasının da gelecek için önemli rekreasyon etkinlik alanlarından olduğu belirtilmektedir. Ovanın güneyinde subtropikal iklim, güzel manzaraları siteler ve kumlu plajlar, gelişmiş altyapı, tüm yıl meyve-sebze yetiştiren tarım sektörü, bol işgücü, mineral su kaynakları rekreasyonel turizm komplekslerinin oluşturulmasına imkan vermektedir. Lenkeran ilçesinde İbadı ve Meşesu mineral su kaynakları yer almaktadır. Azerbaycan'ın doğu yarısına göre, batı bölgeleri ve merkezinde rekreasyonel turizm sektörünün az gelişmiş olduğu görülmektedir. Söz konusu geniş arazilerde mevsimsellik faaliyetleri gösteren bazı dinlenme-tedavi tesislerinin bulunduğu bilinmektedir. Küçük Kafkas Dağları eteklerindeki Naftalan şehrinde dünyada tek olan tedavi amaçlı çamur petrolünün olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte bu şehirde 1500 yataklı ve bütün yıl hizmet veren sağlık ocağının da yer aldığı görülmektedir.

Azerbaycan, Doğu ve Batı'ya uzanan, modern altyapısı ve eski zengin tarihi anıtlarıyla beraber başta başkent Bakü olmak üzere milli parkları ve muhteşem doğasıyla ünlüdür. Fakat Bakü'nün Azerbaycan'ın küresel turizm sektöründeki payının önemli bölümüne sahip olmasının tesadüfi olmadığı belirtilmektedir (Aliyev, 2019: s.17). Azerbaycan turizm istatistiklerine bakıldığında, ülkenin son 15 yılında daha çok turist çektiği görülmektedir. Turizm endüstrisi büyüdükçe, düşük bütçeli gezginlerin, sırt çantalı gezginlerin uğrak yeri haline geldiği bilinmektedir. Bakü'de ünlü 5 yıldızlı otel zincirlerinden, lüks çatı katı dairelerinden konforlu pansiyonlara ve konukevlerine dek çok farklı konaklama birimlerinin olduğu belirtilmektedir. Ekonomik gezginlerin şehir merkezine yakın hostel yurtlarında 10-15 USD'den başlayan ücretlerle uygun konaklama yerleri bulabildiği, apartlar, butik oteller ve pansiyonlarda ücretlerin gecelik 25-30 USD'den başladığı görülmektedir. Bakü haricindeki ilçelerde pansiyon ve oda ücretlerinin daha uygun olduğu bilinmektedir. Bazı camilerin giriş ücreti gerektirmediği ve çoğu müzede İngilizce bir şekilde ayrıntılı bilgilerin sunulduğu be turistleri rehber kiralama gerekliliğinden kurtardığı belirtilmektedir. Bakü'de turistik alanların çoğunun merkezi konumda olduğu ve şehri yürüyerek kolaylıkla keşfetmeyi sağladığı bilinmektedir. Bununla birlikte toplu taşımanın da uygun fiyatlı, rahat ve

güvenli olduğu görülmektedir. Bakü’de iyi gelişmiş ve ucuz metro sistemi mevcuttur. Uberin bile oldukça ucuz olduğu Bakü’de 5-6 saatlik bir yolculuk olması halinde de 8-10 USD’ye otobüslerin kullanılabildiği bilinmektedir. Azerbaycan turizminin en önemli yönlerinden biri de lezzetli yerel mutfaktan örnekler tadılabildiği, lüks restoranlarla birlikte taze yiyecekler satan şirin pastane, kafe ve köşe pazarlarının olduğu, yiyecek-içeceklerin tadına bakabilmek için de az harcama yapılabildiği görülmektedir. Kişi başı günlük ortalama 15-20 USD karşılığında lezzetli bir kahvaltı, öğle yemeği, atıştırmalıklar ve akşam yemeğinin tadının çıkarılabildiği belirtilmektedir (Fataliyev, 2022).

Azerbaycan’da kültür turizminin yerel ethos’a has Doğu ve Batı, geçmiş ve bugün karışımlarını ortaya koyduğu görülmektedir. Azerbaycan’da kültür turizmi, Doğu ve Batı’nın modernlik ve geleneklerinin değişmeyen köy yaşamı ve şehir telaşının mükemmel bir karışımı bulunmaktadır. Eski Şehir’den Bakü Bulvarı ve ötesine dek Sovyet yapılarının ortaçağ kalıntıları ve ultra modern kavramların bir araya geldiği Bakü’nün düşünülmesi gerekmektedir. Başkent haricinde dağ el sanatları atölyeleri ve halı fabrikaları, her el yapımı eşyaya eyaletin cazibesinin dokunduğu, bir hamam ya da benzersiz Naftalan yağ banyosuna yapılan rahatlatıcı bir ziyaret insanları tazelenmiş ve enerji dolu bir hale getirmektedir. Her bölge Azeri kültürüne has bir dokunuş sunarken, bütün halinde önemli ölçüde Hristiyan uluslar ile çevrili bir Müslüman adası ülkede Kafkasya’nın başka hiçbir yerinde olmayan kültürel deneyimlerin sunulduğu belirtilmektedir.

Sovyet döneminden kalma bina ve modern cam yapıları, Kız Kalesinin tarihi UNESCO alanları ve Şirvanşahlar Sarayı’nın romantik sahil bulvarları, kültürel açıdan önemli dini mekanları ve aktif gece hayatı Bakü’de bir arada bulunabilmektedir. Dünya genelinde rakipsiz modern bir şaheser olarak görülen Alev Kulelerine hayranlık duyulmasından önce Eski Bakü’nün Arnavut kaldırımlı sokakların yürünmesi veya modern sanata kapılıp gidebilmek için ikonik Haydar Aliyev Merkezi’nin ziyaret edilmesi gerekli görülmektedir. Bakü’yü çevreleyen semtlerde gerçekleştirilen turlar kültür yolculuğuna yeni bir boyut katabilmektedir. Gobustan’daki antik petrogliflerin insanları ilkel medeniyetlere götürüp bir zamanlar Alev Tanrısının yaşadığına inanılan Zerdüşt Ateşgah Tapınağı ile gözler önünde canlanabilmektedir.

Azerbaycan'ın genelinde yalnızca yerlilerin değil, bununla birlikte turistler için ilgi çekici olan yerlerin bulunduğu bilinmektedir. Asya ve Avrupa arasındaki Azerbaycan ana ticaret merkezlerindendir. Bu durumun Azerbaycan halkının kültür ve mimarisini etkilediği belirtilmektedir (Karimov, 2020: s.5). Dünyanın her yerinden gelen turistlerin kültürel ve doğal çevrenin korunmasını destekleyen, biraz daha sorumlu bir turizm ürünü talep ettiği bilinmektedir (Karimov, 2020: s.5). Her ne kadar farklıymış gibi düşünülse de Azerbaycan'daki bütün kültür turizm deneyiminin otantik olduğu, tatilin unutulmaz tarihi anlarla dolabildiği, bununla birlikte eşsiz kültür yaşamı bulunabilen bir ülke olduğu görülmektedir. İyi yapılandırılmış turizm altyapısına sahip olan Azerbaycan'ın tabii güzelliklere, misafirperverlik değerlerine sahip olduğu, dolayısıyla turizm hizmetlerinin, maceraların ve faaliyetlerin çok iyi fırsatlara sahip olduğu belirtilmektedir (Guliyev ve Nuriyeva, 2017: s.24).

Azerbaycan'da kültür turizmi ile birlikte macera turizmi, sağlık turizmi, ekoturizm, gastronomi turizmi ve deniz-kum-güneş turizminin önemli potansiyelinin olduğu, önemli ölçüde rağbet gördüğü bilinmektedir. Bu anlamda Azerbaycan mutfağının uzun zamandır Doğu'da ve Avrupa'da uluslararası düzeyde en ilgi çekici mutfaklardan olduğu görülmektedir. Bu gerçeğin ünlü tarihçiler ve seyyahlarca tasdik edildiği ve eski yazılı kaynaklarda kaydedildiği bilinmektedir (UNWTO, 2020).

Azerbaycan'ın sahip olduğu turizm potansiyelinin desteklenmesi için sürdürülebilir tanıtım çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Ülkenin son yıllarda özellikle uluslararası düzeyde sergilere aktif olarak katılım sağladığı görülmektedir. Söz konusu sergilerin genellikle ulusal düzeyde yayın yapan TV kanallarında yer alması hem ülkenin turizm potansiyelinin daha fazla gelişmesine hem de dünya genelinde turistik tanıtım yapılmasına katkı sağlamaktadır. Azerbaycan bölgesinde her yıl yaklaşık olarak 20 uluslararası düzeyde turizm fuarı yapıldığı görülmekte olup, bu fuarlarda ülkenin zengin tarihi ve kültürel değerleri sergilenmektedir. Bunun yanında 2002'den beri yıllık AITF-Azerbaycan Uluslararası Sergisi "Turizm ve Seyahat" fuarının Bakü'de düzenlendiği bilinmektedir (Rahimov, 2004: s.188).

AITF, bölgenin ana turizm fuarı şeklinde bilinmekte beraber bu bölgeye her yıl yeni ticari işletme ve ülkelerin geldiği görülmektedir. Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 20 Nisan 2018 tarihli "Kültür ve Turizmde Devlet Yönetiminin

Geliştirilmesine İlişkin Bazı Önlemler Hakkında Emri”ne göre Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı temelinde Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Ajansının kurulduğu bilinmektedir. Söz konusu ajans özellikle önemli turistik pazarların belirlenmesinde ve tanıtılmasında önemli bir yere sahiptir. Bunun yanında uzun vadeli yatırımların yapılması için hazırlıklar yapılması, turistlerin bölgeye çekilmesi için tanıtımlar yapılması da ajansın görevleri arasında yer almaktadır. Ajans belirli dönemlerde kampanya etkinlikleri uygulamakta, turizm alanında eğitimler vermekte, turizmin daha modern teknolojik ve araçlar ile yürütülmesine destek olmakta, kamu ve özel sektör ile turizmi geliştirmeye yönelik işbirliği yapmakta, alt yapı projelerinin desteklenmesinde aktif rol almakta, turizm memnuniyetini arttırmaya yönelik faaliyetler yürütmekte ve yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesine destek olmaktadır. Bilhassa geçtiğimiz dönemlerde turizmin gelişiminde devlet tarafından özellikle dikkat çekildiği belirtilmektedir. Bu alandaki yapısal reformların daha çok faaliyeti teşvik edebilmesi adına olanaklar yarattığı görülmektedir. 20 Nisan 2018 tarihinde imzalanan kararnameyle Kültür ve Turizm Bakanlığının kaldırıldığı ve yerine Kültür Bakanlığı ve ayrı bir Devlet Turizm Ajansının kurulduğu bilinmektedir. 20 Eylül 2018’de “Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Ajansının faaliyetlerinin sağlanması hakkında” yeni bir emrin imzalandığı ve kurumun tüzüğü ile yapısının onaylandığı belirtilmektedir (Azerbaycan Hükümeti, 2020).

Stratejik Yol Haritasına ilişkin başkentin dünyanın önemli turizm merkezlerinden biri haline gelebilmesi için Ulusal Turizm Tanıtma Bürosunun kurulduğu belirtilmektedir. Söz konusu büro, Bakü’nün uluslararası imajını oluşturabilmek, şehir markasının kullanımında uzun vadeli eylem planını geliştirebilmek, marka kullanımı adına kontrol önlemlerini alma ve çeşitli düzeylerde marka ve pazarlama çabalarını koordine etme ile turist memnuniyetinin artırılması için çalışılmaktadır. Ulusal Turizm Tanıtma Bürosuna verilmiş olan görevlerden birinin de Bakü ile daha çok turist çekildiği çevrimiçi bilgi platformlarının oluşturulduğu belirtilmektedir. Büronun “azerbaijan.travel” ve “salambaku.travel” uygulamalarının da bu amaca hizmet ettiği bilinmektedir (Azerbaycan Hükümeti, 2020).

Yaşadığımız dönemde Azerbaycan’ın dünya turizm haritasında önemli olduğu belirtilmektedir. Turistlerin yılın her mevsiminde ülkede tatil yapabildiği, Şahdağ

Turizm Merkezi Tufandağ Kış-Yaz Turizm Kompleksi'nin lansmanıyla ülkedeki mevsimsel turizmin ortadan kalktığı belirtilmektedir. Azerbaycan'da turizm endüstrisinin geliştirilmesi adına stratejik yol haritasına bağlı olarak yerel ve bölgesel turistler için sağlık turizmi gereksinimlerinin yeniden yapılandırılması, kış turizminin gelişimine katkı sağlanması, kültürel turizm güzergahlarının oluşturulması ve sürdürülebilir turizm potansiyelinin (ekoturizm, kırsal turizm vb.) arttırılması, iş turizminin geliştirilmesi hususunda uygun çalışmaların sürdüğü bilinmektedir (Azerbaycan Cumhuriyeti Stratejik Yol Haritası, 2016).

Bununla birlikte geçmiş dönemlerde Asya ve Avrupa'yı Kafkasya'ya bağlayan eski bir ticaret yolu ağı olarak bilinen Büyük İpek Yolu'nun kültürel turizm rotasının turistler için dikkat çekici olduğu görülmektedir. Ülkenin çeşitli bölgelerinden gelen turistleri düşünüp çekiciliğini daha da yükseltmek adına "Kafkasya'da Alexander Duma", "Azerbaycan'da Alman İzleri", "Azerbaycan'da Şarap Yolu" ve "Azerbaycan'da Yahudi İzleri" gibi turist yollarının oluşturulduğu belirtilmektedir. İstatistikler incelendiğinde turizm Azerbaycan'da en hızlı gelişim gösteren sektörlerden biridir (Alimuradova, 2015: s.35-37).

Böylelikle son 5 yıl içinde turizm sektöründe faaliyet göstermekte olan işyeri ve turizme gelen yabancı vatandaş sayısının istikrarlı bir şekilde arttığı belirtilmektedir. Bakü uluslararası alanda tanınmış turizm destinasyonları ile eğlence ve iş amaçlı turistlerin cezbedilebilmesi için turizmin gelişiminde her zaman önemli bir güç olarak dikkat çekmiştir. Azerbaycan'ın Sağlık ve Termal Turizmi Destekleme Derneğinin Global Sağlık Turizmi Kurulunun 2014'ten beri üyesi olduğu ve Azerbaycan'ı temsil ettiği bilinmektedir. Dünyanın hemen hemen bütün ülkelerinde uluslararası turizm fuarlarında Azerbaycan'ın temsil edildiği belirtilmektedir. Bunun da ülke turizm potansiyelinin gelişiminde önemli olduğu görülmektedir (İsmayilova N, 2018: s.57-59).

Asıl hedeflerden birinin 2025 yılına kadar Azerbaycan'ın var olan potansiyel ve fırsatları etkili bir şekilde kullanıp bölge ve diğer ülkelerdeki cazip turizm destinasyonlarından biri haline getirebilmektir. 2025 sonrası dönemin vizyonu ise Azerbaycan'ı dünyada en çok tercih edilen turistik yerlerden biri haline getirebilmek

ve var olan turizm kaynaklarının kullanımının en üst düzeye çıkarılmasıdır (Mükerremoglu, 2019: s.4).

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin BM Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü-UNESCO'ya üye olduğundan beri 28 yıl geçmiştir. 3 Haziran 1992 yılında UNESCO'ya katılan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin UNESCO ile ilişkilerinin genişlediği, Haydar Aliyev'in yeniden iktidar olmasıyla 1993'te ikinci yarının başladığı belirtilmektedir. Mehriban Aliyeva, UNESCO'nun iyi niyet elçisi seçildiği dönemde, 2004'te UNESCO ile Azerbaycan arasındaki ilişkilerin daha hızlı bir şekilde gelişmeye başladığı bilinmektedir. Söz konusu çabaların sonucunda Azerbaycan'ın somut ve somut olmayan kültürel mirasının örnekleriyle alakalı UNESCO listelerinde yer aldığı görülmektedir. Dünya Kültür Mirası'na katılmış olan Azerbaycan olanakları şu şekildedir (Cabbarov, 2015: s.26-30):

- İçeri Şehir Tarih ve Mimari Koruma Alanı
- Şirvanşahlar Sarayı
- Kız Kalesi
- Gobustan Devlet Tarih-Sanat Koruma Alanı
- Şeki Han Sarayı ve Şeki Tarihi Merkezi

Azerbaycan'da turistik faaliyetlerin gelişme potansiyelinin oldukça yüksek olduğu bilinmektedir. Bölgedeki doğa ve manzara bakımından elverişli şartların varlığı da bunda etkili olmaktadır. Azerbaycan'daki turizm faaliyetlerinin mevcut kalite düzeyinin çok iyi düzeyde olmaması sebebi ile turistlerin dinlenmeye değil de Azerbaycan'ı tanımak için seyahat ettiği bilinmektedir. Turistlerin %99'unun Azerbaycan'ın müzik, tarih, doğa, sanat, gelenek ve folklorlarıyla daha çok ilgilendiği görülmektedir (Hamzaoglu, 2009: s.12). Turistlerin ülkeyi yalnızca seyahat turları için seçmesinin temel sebebi ülkedeki hizmet kalitesinin dünya standartlarına uygun olmasının yanı sıra Hazar Denizi'nin ekolojik anlamda temiz olmamasıdır. Hizmet sektöründe çalışanların hala uluslararası standartları tam olarak karşılamadığı belirtilmektedir. Bunun sebebi, Sovyetlerden sonra bu alanda uzman yetiştirilmesi adına ülkede hiçbir enstitü ya da kursun kurulmamış olmasıdır. Bu husustaki çalışmalar Azerbaycan'da yani başlamaktadır. Bölgelerdeki turizm hizmetlerinin geliştirilmesinde kilit konulardan olduğu belirtilmektedir (Mammadov, 2020).

Kafkasya’da gezi ve turizm için güvenli olarak bilinen Azerbaycan’ın son dönemlerde yabancı turistlerin ilgisini çektiği bilinmektedir. Resort alanlar, parklar, müzeler, kültür ve dağ turizmi için ideal bir ülke olarak ifade edilmektedir. Bununla beraber Şeki, Gence, Haçmaz ve Qobustan şehirleri de turizmin yoğun gerçekleştiği şehirler olarak bilinmektedir (Anonim, 2022).

Azerbaycan’da düzenlenmekte olan bütün turizm rotalarının başkent Bakü’den başladığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı desteği ile geliştirilmiş olan turist rotalarının bunun açık bir örneği olduğu belirtilmektedir. Bakü ve çevresinde kültürel ve tarihi kaynakların farklı dönemleri kapsadığı, bununla birlikte farklı turizm çeşitlerine ilgisi olan turistleri çekebildiği görülmektedir. Böylelikle şehirde gerçekleştirilen arkeolojik kazıların sonucunda oluşan alanların, farklı dönemlere ait kale ve saraylarla, İslam ile beraber diğer dinlerin ibadethaneleri, belirli bir dönemde inşa edilen devasa tarihi yapıların, turistlerin ilgisini çeken çokça müze, modern tarzı, müzik kültürü ve mutfağın tanınabildiği belirtilmektedir. Sonuç olarak Bakü-Abşeron turizm bölgesinde farklı turizm çeşitlerinin aynı anda geliştirilmesinin mümkün olduğu görülmektedir. Tabi ki kültür turizmi ile birlikte iş turizminin de buraya dahil edilebildiği belirtilmektedir. Fakat yalnızca kültür ve tarih turizminin gelişimi göz önünde bulundurulduğunda o dönemki tarihi, kültürel, arkeolojik, gastronomik, olay vb. turizm çeşitleri gösterilebilir (İsmayılova, 2017).

2.7.3. Bakü’deki kültür turizmi olanakları

Bakü ve çevresinde pek çok tarihi mimari yapının var olduğu bilinmektedir. En gözde tarihi anıtı ise İçeri Şehir’dir. İçeri Şehir Açık Hava Müzesinin ortaçağ mimarisinde benzersiz olduğu belirtilmektedir. Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı 27 Nisan 1988 kararnamesine göre burada 350’den fazla eserin korunması gerekmektedir. Söz konusu anıtlar arasında Şirvanşahlar Sarayı (XIII-XV yüzyıllar), Kız Kalesi (VI-XII yüzyıllar) ve birçok kervansaray ile camii bulunmaktadır (Abbasov, 1998, s. 476).

Bakü, kültür turizmi bakımından önemli bir merkez olarak kabul edilmektedir. Bakü’de İçeri Şehir, Surahani’da Ateşgah tapınağı, Bibiheybet camii, Merdekan Kalesi, Ramana Kalesi ve Nardaran Yuvarlak Kalesi bir devlet etnografik ve tarihi rezervi olarak belirtilmektedir. Gobustan Devlet Tarih-Sanat Rezervi, şehrin 70 km güneyinde bulunmaktadır. 1990’lı yıllardan beri Bakü’de sergiler, iş toplantıları vb.

düzenlenmektedir. Şehirde uluslararası standartları karşılamakta olan modern otellerin inşa edildiği bilinmektedir. Bakü Azerbaycan'daki yerleşim alanlarının %41.2'sini meydana getirmektedir. Ülkedeki ulusal, Türk, Avrupa ve Hint restoranlarının çoğu da Bakü'de yer almaktadır. Bakü'ye ziyaret gerçekleştiren turist sayısının her yıl arttığı bilinmektedir. 2014'te turizm kuruluşlarıyla Azerbaycan'a gelen turist oranının %98.5'i (10657 kişi) Bakü'ye ziyaret gerçekleştirmiştir. Bağımsızlığın ilk dönemlerinden beri yabancı ülkelere (İran, Türkiye, İngiltere, Rusya vb.) gelen yabancı turistler, Bakü'ye genelde iş amacıyla ziyaretler gerçekleştirse de daha sonraları kültür, eğlence, sağlık vd. turizm türleri için ziyaretlerin gerçekleştirildiği belirtilmektedir (Soltanova, 2015).

Azerbaycan'da turizmin en önemli şehrinin başkent Bakü olduğu bilinmektedir. Kafkasya'nın en önemli ticaret ve kültür merkezi olan Bakü'nün birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı, dolayısıyla Şirvanşahlar, Persler, Türkler ve Rusların mimari yapılarının burada yer aldığı görülmektedir. Bakü'nün en gözde turizm alanı şehrin merkezindeki etrafı surlarla çevrili olan "İçerişehir"dir. İçerişehir'in etrafının surlarla çevrili olduğu, 5 kapısının olduğu, içerisinde camiler, saraylar ve hamamların yer aldığı belirtilmektedir.

Liman şehri olan Bakü gezi ve kültür turizmiyle birlikte iş turizmi için de önemlidir. Birçok uluslararası şirketin yer aldığı şehirde Haydar Aliyev Uluslararası havaalanı Kafkasya bölgesinin en işlek ve büyük havalimanıdır. Bakü toplantılar, fuarlar, seminerler ve kongrelerin sıklıkla yapıldığı bir yerdir (Nuri, 2020).



Şekil 2.2. Şirvanşahlar sarayı (Anonim, 2021)

Şirvanşahlar Sarayı, 15. yüzyılda Şirvanşahlar Hanedanının şahı İbrahim Halilullah döneminde inşa edilmiştir. Saray, Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de bulunan en önemli kültürel değerlerdendir.

Yüzyıllar öncesinden kalma bir saray kompleksi olarak öne çıkan Şirvanşahlar Sarayı, Azerbaycan mimarisine ait en eski ve en etkileyici anıtlarından biri olarak bilinmektedir. Bakü'nün kalbi olarak bilinen İçeri Şehir'de konumlanan Saray, şehrin en görkemli ve kültürel değeri yüksek yapısıdır. Ayrıca yapıldığı dönemin izlerini ve tarihini yansıtan çok yönlü bir görünüme sahiptir (Anonim, 2015).



Şekil 2.3. Kız kalesi (Araştırmacı, 2023)

Bakü'nün sembollerinden olan Kız Kalesi 12. yüzyılda Mesud bin Davud tarafından yontma taşlar ile inşa edilmiştir. 28 metre yüksekliğe sahip ve kubbe formatlı tavanı ile İçerişehir'de önemli bir ziyaret merkezi olmaktadır. Limana hakim noktadaki Kız Kalesi malzeme ve teknik bakımından diğer bölümlerden farklıdır. Kule duvarları birkaç yapı evresi gösterir. Küçük taş sıralarının bir sıra içerde bir sıra taşkın olarak örülen kule, dairevi planlı olup sekiz katlıdır. Katlar arasındaki bağlantı minare merdiveni gibi merdivenlerle sağlanmıştır. Katlarda yer alan odacıklarda tarihi eserler sergilenmektedir. En üstte bugün dandansız bir korkuluk duvarı vardır. Mimar imzası orta kısmında batı tarafındadır. Zamanında deniz kıyısında yer alan kulenin duvarları belirli yüksekliğe kadar kesme taş, daha üst kısımlarda küçük taş sıralarının değişimli olarak bir içerden bir dışardan örülmesiyle elde edilmiştir. Kulenin batı cephesinde tek satırlık kitabe yer alır: "Davudun oğlu Mesudun Kulesi". Kulenin katlarındaki mekanlar basık birer kubbeye sahiptir. Kulenin içinde 3. katta ağzı bulunan bir kuyu vardır. Ayrıca Şirvanşahlar sarayına giden gizli yolları bulunduğu söylenmektedir (Anonim, 2017).



Şekil 2.4. İmamzade türbesi (Anonim, 2017)

Azerbaycan'ın en büyük ikinci şehri olarak bilinen Gence, Kafkasya'nın en eski şehirlerindendir. İran, Osmanlı ve Rus İmparatorluklarına ev sahipliği yapmış olan Gence'de turistlerin dikkatini çekmekte olan birçok eser yer almaktadır. Bunlardan Şah Abbas Camii, Gence Kalesi, İmamzade Türbesi, Haydar Aliyev Parkı ve Genceli Nizami Türbesi en önemli turist çeken mekanlardandır.



Şekil 2.5. Gobustan'daki antik petroglifler (Tağrıkulu, 2021)

2007'de UNESCO Dünya Mirası Listesine dahil edilen Gobustan Kaya Sanatı Kültürü, Gobustan Milli Parkı, Azerbaycan'ın yarı çölü olarak belirtilen Gobu'dan yükselen kayalıklardan meydana gelen plato alanlarını kapsayan kültürel rezervdir.

Gobustan Milli Parkında üst paleolitik dönemden orta çağa tarihlenen yerleşmiş mağaralar, yerleşim yerleri ve mezarlar yer almaktadır. Gobustan tarih öncesinden Orta Çağ'a ve modern döneme dek bölge sakinlerinin yaşamına tanık olmuştur (UNESCO, 2020). Gobustan petrogliflerinde 6000'den çok kaya gravüründen oluşan bir koleksiyonu ile kayaların üzerine semboller, dans ritüelleri, savaş ritüelleri ve hayvanların resmedildiği görülmektedir. Bölgede Gobustan çamur volkanlarının da turistler için ilgi odağı olduğu belirtilmektedir.



Şekil 2.6. Ateşgah tapınağı (Araştırmacı, 2023)

Azerbaycan'da milli park ilan edilen, Bakü'nün kenarında yer alan yanardağ (Ateşgah) olarak bilinen, 4000 yıldır doğalgazın çıktığı ve yanan bir tepe olduğu belirtilmektedir. Hint ve Fars yazıtlarına göre, söz konusu tapınak bir Sih, Hindu ve Zerdüşt ateş ibadet yeri şeklinde kullanılmıştır. Yaşadığımız dönemde Irak, İran ve Hindistan'dan gelen Zerdüştlerin önemli tapınak merkezlerinden olduğu belirtilmektedir (UNESCO, 2020).



Şekil 2.7. Şeki hanlar sarayı (Anonim, 2020)

Azerbaycan'ın önemli turizm merkezlerinden bir diğeri de ülkenin kuzeyinde yer alan Şeki şehridir. İki bin yıllık bir tarihi olan şehir Niş çayı üzerinde konuşlanmıştır. Şehrin en eski merkezinin 2019'da UNESCO tarafından dünya mirası ilan edildiği belirtilmektedir. Şeki'nin en önemli tarihi eserinin 1762'de inşa edildiği, yapımında ise hiçbir yapıştırıcı ve çivinin kullanılmadığı Şeki Hanları Sarayı olduğu bilinmektedir. Sarayın iç ve dış mimarisi, Şebeke adı verilen pencere işlemleri ve kabartmalarıyla Kafkasya bölgesinin en önemli kültür miraslarından biri olduğu biridir (UNESCO, 2020).



Şekil 2.8. Yanardağ (Araştırmacı, 2023)

Çamur volkanlarının aksine, Yanar Dağ'ın alevi, yeraltından sabit bir gaz sızıntısı içerdiğinden dolayı oldukça istikrarlı bir şekilde yanar. Yanar Dağ'ın alevlerinin ancak 1950'lerde bir çoban tarafından yanlışlıkla yakıldığında fark edildiği iddia edilmektedir. Onu yakınlardaki Lökbatan veya Kobustan çamur volkanlarından ayıran çamur veya sıvı sızıntısının yokluğudur.

Yanar Dağ topraklarında Azerbaycan Devlet Turizm Ajansı'nın kontrolünde faaliyet gösteren 2 Mayıs 2007 tarihli Cumhurbaşkanlığı kararnamesi kurulan Devlet Tarih-Kültür ve Tabiat Koruma Alanı yer almaktadır. 2017-2019 yılları arasında büyük bir düzenlemeden sonra, koruma alanında Yanardağ Müzesi ve Yanardağ Dolmen Taş Sergisi açıldı.

M.Ö. ilk milenyumda ateş, Zerdüştlüğe inanan insanlar ve doğaüstü varlıklar arasındaki bağlantı olarak rol üstlenmiştir (Anonim, 2015).

2.7.4 Turizmin Azerbaycan ekonomisine etkisi

Azerbaycan’da turizmin gelişiminde önemli potansiyel kaynakların olduğu bilinmektedir. İklimi, tarihi, doğası ve jeopolitik konumu ile Azerbaycan son dönemlerde turistlerin önemli ziyaret merkezlerinden olmuştur. Azerbaycan’da turizm endüstrisinin gelişimi adına atılan en önemli adımlardan biri 2010-2014 yıllarında turizmin geliştirilmesi için devlet programının kabul edilmesidir. Söz konusu program ile birlikte turizm endüstrisinin geliştirilmesi öncelikli olan amaçlar arasında yer aldığı ve 2010’da altyapı geliştirme çalışmalarına ağırlık verildiği belirtilmektedir. Turizm sektörünün geliştirilmesi adına ülke yönetiminin bir dizi devlet programını faaliyete geçirdiği bilinmektedir. 2018’de turizm endüstrisinin gelişiminin hızlandırılması adına Devlet Turizm Ajansının kurulduğu belirtilmektedir (Ramazanlı, 2019: s.12).

Azerbaycan’la 28 ülke arasında turizm için işbirliği anlaşmalarının imzalandığı bilinmektedir. Bununla birlikte çok taraflı işbirliği turizm politikasının hükümetin önceliklerinden olduğu görülmektedir. Uluslararası anlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı, İslam Konferansı Örgütü, Dünya Turizm Örgütü, Bağımsız Devletler Topluluğu, Avrupa Konseyi, Demokrasi ve Ekonomik Kalkınma Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü vb. turizm alanında uluslararası kuruluşlar ile çok taraflı işbirliği, turizmdeki var olan programlara katılma, uluslararası faaliyetlere aktif katılımların organizasyon edilmesi gerçekleştirilmektedir (Ramazanlı, 2019: s.42).

Turizm endüstrisinin gelişiminde istikrar ve güvenliğin yanında tarihi anıtlar, doğa, deniz turizmi, kayak turizmi ve medikal turizm sektörlerinin geliştirilmesi adına çalışmaların sürdürüldüğü belirtilmektedir. Azerbaycan’da 6 uluslararası havaalanı, modernize edilmiş yollar, oteller ve geliştirilmiş teknolojik altyapı, sonraki dönemlerde turizm sektörünün ekonomiye katkısını arttıracak düşünülmektedir (Anonim, 2018).

Azerbaycan turizmi tarih boyunca çok fazla değişime uğramıştır. Azerbaycan’da bağımsızlığının ilk yıllarından itibaren karşılaştığı ekonomik darboğazlar ve Ermenistan’ın Karabağ’ı işgali dolayısıyla yaşanan savaş ve sosyoekonomik sorunlar sonucunda, ülkeye gelen turist sayılarında ve turizm faaliyetinde birtakım dalgalanmalar görülmüştür. Ancak son yıllarda turizm sektöründe görülen canlanma

Azerbaycan turizmine olumlu yansımıştır. Bu konuda Cumhurbaşkanı İlham Aliyev tarafından alınan ve 2002-2005, 2004-2008 ve 2010-2014 yıllarını kapsayan kararların turizmin gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Bu çerçevede, turizm alanında uluslararası standartlara uygun oteller yapılmış, turizme yönelik yatırımlar gerçekleştirilmiş, turizm potansiyeli değerlendirilmiş ve ülkede turizm eğitiminin gelişmesi amacıyla 2006 yılında Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi kurulmuştur. Alınan bu kararların sonucunda 1996 yılında ülkede hizmet gösteren otel ve benzeri kuruluşların sayısı 94 iken, iki yıl içinde dört kat artarak 370'e çıkmış ve bu sayı 2009 yılında 452'ye ulaşmıştır. Otel ve yatak sayısındaki artış ve yerli-yabancı turistlerin dinlenebileceği, tatil yapabileceği, doğa, deniz ve güneşten yararlanabileceği modern kamp ve tesisler sayesinde, gelen turist sayısı 2009 verileri itibariyle 1830400 kişiye ulaşmıştır. Aynı dönemde yatak sayısı ise beş kat artış göstermiştir (Seferov ve Hesenov, 2006).

Azerbaycan istatistik kurumu verilerine göre Ocak-Temmuz 2019 döneminde 187 ülkeden 1777400 yabancı ülkeye girmiştir. Söz konusu ziyaretçiler %30.6'ı Rusya Federasyonu'ndan, %22.8'i Gürcistan'dan, %9.9'u Türkiye'den, %7.2'si İran'dan, %3.6'sı Suudi Arabistan'dan, %2.3'ü BAE, %1.9'u Ukrayna, %1.9'u Hindistan ve diğer ülkelerdendir. Gelen turistlerin Çin, Hindistan ve Körfez ülkelerinden olanların sayısında her dönem önemli artışların yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu sonuç iş turizminin Azerbaycan'da geliştiğinin göstergesidir (Anonim, 2016).

Azerbaycan turizm sektörü, GSYİH'nin %2.8, istihdamın ise %2.6'sını karşılamaktadır. Söz konusu rakamın gelişmiş ülkelere göre henüz istenen düzeyde olmadığı görülmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyinin (WTTC) turizm rekabet gücü göstergeleri bağlamında Azerbaycan'ın 148 ülke arasında 39. olduğu belirtilmektedir. WTTC istatistiklerine bakıldığında 2010-2016 yılları arasında en çok ziyaretçisi yükselen ilk on ülkeden biri olmuştur. 2017'de %46 ile dünyanın en çok gelişme gösteren seyahat ve turizm ekonomisi haline gelmiştir (WTTC, 2020).

Gürcistan, Rusya, Türkiye, İran ve BAE en fazla Azerbaycan'ı ziyaret eden ülkelerdir. 2007'de 320 otelin olduğu ülkede, bu sayının 2018'de 596'ya yükseldiği görülmektedir. Turizmin ülke için önemine ana hatlarıyla değinmek gerekirse bunlar şu şekilde maddeler halinde sıralanabilmektedir (Mammadov, 2008: s.100);

- Ekonomiye geliştirmekte olan önemli bir hizmet sektörüdür,
- Milli gelire önemli düzeyde katkı sağlayan bir faaliyettir,
- İstihdam oluşturan niteliği yüksektir,
- Büyük çapta üretim ve tüketim gerçekleşmektedir,
- Ülkenin kültürel ve coğrafi tanıtımı adına en etkin araçlardandır. Sonuç olarak Azerbaycan'ın çok farklı turizm imkanlarına ve bölgelerine sahip olması ülke ekonomisinin gelişimine zaman içerisinde daha da fazla katkı yapabilecek potansiyeli arz ettiği belirtilmektedir (Seferov ve Hesenov, 2008).

Azerbaycan Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Merkezi'ne göre, ülke turizm rekabet gücü göstergelerinde 148 ülke arasında 39. sırada yer almaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, Azerbaycan'ın 2010 yılından 2016'ya ziyaretçi ihracatında en çok artış gösteren ilk on ülkeden biri olduğu bildirmiştir. Ülke, 2017'de dünyanın en hızlı gelişme gösteren seyahat ve turizm ekonomisine (%46.1 artış) sahip olmuştur. Azerbaycan turizmi destekleyebilmek için Atletico Madrid'in "Azerbaycan-Ateş Ülkesi" yazan formalarına sponsorluk etmiştir. 2018'de yeni turizm sloganı ve markası olan "başka bir göz atın" isminin tanıtıldığı bilinmektedir (Seferov ve Hesenov, 2006).

2019'da rekor sayıda 3170000 yabancı vatandaş Azerbaycan'ı ziyaret etmiştir. Azerbaycan İstatistik Kurumu verileri incelendiğinde 2021'de ülkeye 791751 turist giriş yapmıştır. Gelen turistlerin önemli bir kısmının Türkiye, Rusya ve İran uyruklu olduğu belirlenmiştir. Söz konusu verilere göre turistlerin 461700'ü turizm, 132400'ü eğlence ve kültür turizmi, 196700'ü kongre, iş ve toplantı, 8300'ü sağlık turizmi, geri kalanı ise arkadaş ve akraba ziyareti için Azerbaycan'a ziyaret etmiştir. 2021 yılı için Azerbaycan'ın turizmden elde ettiği gelirin 492600000 manat (yaklaşık 5 milyar 387 milyon TL) olduğu belirtilmektedir. Yine Azerbaycan İstatistik Kurumunun 2021 raporlarına bakıldığında ülkede 712 konaklama işletmesinin olduğu, yıl içerisinde 1172123 turistin konakladığı, 11143 kişiye bu konaklama işletmelerinde istihdam sağlandığı görölmektedir. 2021 yılından itibaren Azerbaycan'da 150 seyahat acentesinin bulunduğu, bu acentelerin 962 kişiye istihdam sağladığı belirtilmektedir (Azerbaycan İstatistik Kurumu, 2019).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel yerler, çekicilikler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlar ve seyahatin kendisi de kültür üretir (Richards, 2018). Kültür turizmi, küresel turizmin en büyük ve en hızlı büyüyen segmentlerinden biridir. Dünya Turizm Örgütüne göre, uluslararası seyahatlerin yaklaşık %37'si kültürle bağlantılıdır (Richards, 2000). Yürütülen araştırmanın amacı, Bakü'nün sahip olduğu kültür turizmi potansiyelini ortaya çıkararak/araştırarak bölgede kültür turizminin gelişimi için öneriler sunmaktır. Yürütülen çalışma, Bakü bölgesindeki kültür turizmi üzerine yapılan ilk araştırmalardan biri olması nedeniyle önem arz etmektedir. Önemi sürdüren ve gelecek yıllarda da önemini koruyacağı düşünülen kültür turizminin, Bakü gibi gelişim potansiyeli yüksek olan bir bölge bağlamında incelenmesi, sektörün ihtiyacına uygun, yardımcı bir kaynağın oluşturulması, araştırmanın diğer hedefleri arasında yer almaktadır.

3.2. Araştırmanın Konusu ve Kapsamı

Bu çalışmada öncelikle, Bakü'nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar ve değerler araştırılarak mevcut durum tespit edilmeye çalışılmıştır. Mevcut duruma dair bilgiler elde edildikten sonra, kamu ve özel sektöre düşen roller ve Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesi için neler yapılabileceğine dair görüşler alınarak öneriler oluşturulmuştur. Bu kapsamda, Bakü'de kültür turizminin mevcut durumu ve bu turizm türünün potansiyelinin ortaya çıkarılması araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu kapsamda oluşturulan araştırma soruları aşağıdaki çizelgede yer almaktadır;

Çizelge 3.1. Araştırma soruları

Turizm sektörünün, Bakü için önemini değerlendirir misiniz?
Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir?
Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar/imkanlar nelerdir?
Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda engeller var mıdır? Varsa nelerdir?
Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller/görevler nelerdir?
Bakü’de kültür turizmin geleceğini nasıl görüyorsunuz ve bu turizm türünün geliştirilmesi için neler önerirsiniz?
Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi bölgeye ne tür yararlar sağlayabilir?

Araştırma soruları oluşturulurken Khalilova, (2008), ve Mammadov’un (2020) çalışmalarından faydalanılmıştır.

3.3. Çalışma Grubu

Durum çalışması olarak yürütülen bu araştırmada, konu ile ilgili olarak derinlemesine bilgiler sunarak katılımcıların vermiş olduğu cevaplar üzerinden farklı ve zengin bakış açılarını hedef kitleye aktarabilmektedir (Marshall ve Rossman, 2016). Araştırmaya, Bakü turizmi konusunda bilgisi olan turizm sektörü çalışanları, akademisyenleri ve kamu kurumlarında görev alan kişiler katılmıştır. Araştırma sonucunda, toplam 15 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma bağlamında belirli bir görüşmeci sayısı belirlenmemiş olup araştırma sorularına verilen yanıtların birbirine benzerlik gösterdiği noktada görüşmelerin sonlandırılması planlanmıştır. Nitel araştırmada, bir örneklem üzerinden evrene genellemeler yapmak yerine belirli bir konu detaylı bir biçimde ele alınarak farklı bir bakış açısı ortaya koymak amaçlanır (Merriam, 2018). Yürütülen çalışmada, görüşmecilerle derinlemesine veri elde edilebilmesine olanak tanıyan amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme türü kullanılmıştır (Baltacı, 2018). Böylece araştırma sorularına cevap verebilecek özelliklere sahip her katılımcı araştırmaya dahil edilmeye çalışılmıştır.

3.4. Veri Toplama ve Verilerin Analizi

Bu çalışma, nitel araştırma deseninde tasarlanmış olup veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Bununla beraber, gözlem ve doküman incelemesi de destekleyici veri toplama yöntemleri olarak kullanılmıştır. Görüşme, kaynak kişinin ilgi, görüş, düşünce ve tutumlarını ortaya çıkarmak üzere iki kişi arasında serbest bilgi değişimini sağlayan bir bilgi toplama tekniğidir (Balcı, 2013). Araştırma konusu gereği ve bu konuda yapılmış bir ölçek olmaması nedeniyle görüşme yoluyla verilerin toplanmasının araştırmaya daha çok hizmet edeceği düşünülmüştür. Görüşme formu, görüşmeciye ve katılımcıya bazı esneklikler tanıyabilmesi açısından yarı yapılandırılmış şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca bu teknik ile araştırmaya dahil olan görüşmecilerin nesnel bakış açıları yanında öznel duygu, düşünce ve deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde aktarabilme fırsatlarının olmasıdır. Veri toplama süreci öncesinde oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu için uzman görüşleri alınmış ve belirtilen görüşler doğrultusunda sorulara son şekli verilmiştir. Araştırma verileri 07.05.2023-22.05.2023 tarihleri arasında toplanmıştır. En uzun görüşme süresi 45 dakika ve en kısa görüşme süresi 8 dakikadır. Ortalama görüşme süresi 21 dakika olarak tespit edilmiştir. Yapılan görüşmeler, katılımcıların onayı doğrultusunda kayıt altına alınmıştır ve ses kayıtları bilgisayar ortamında yazıya aktarılmış toplamda 43 sayfa bilgi elde edilmiştir. Daha sonra, elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutularak kendi içerisinde anlamlı olacak şekilde kavramsallaştırılmış ve kodlanmıştır. Belirlenen kodlar benzerlik durumlarına göre gruplandırılmış ve aralarında ilişki olan kodlar birleştirilerek tematik kodlama yapılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2018).

3.5. Geçerlilik ve Güvenirlik

Nitel araştırma yaklaşımında kullanılan inanılrlık, aktarılabilirlik, güvenirlilik ve doğrulanabilirlik kavramları, nicel araştırmalardaki iç geçerlilik, dış geçerlilik, güvenirlilik ve nesnellik kavramlarına karşılık gelmektedir (Merriam, 2018). Genel olarak, geçerlilik konusu iç ve dış geçerlilik olmak üzere iki boyutta incelenmektedir. İç geçerlilik (inandırıcılık, inanrlık), araştırma bulgularının gerçeğe uygunluğunun ifade edilmesiyle ilgilidir. Dış geçerlik (aktarılabilirlik) ise elde edilen sonuçların genellenebilirliğiyle ilgilidir (Patton, 2002). Nitel bir çalışmada inandırıcılığı sağlayabilmek için çeşitli yöntemler vardır. Bunlar; uzun süreli etkileşim, derinlik

odaklı veri toplama, çeşitleme, araştırmacının yaklaşımı, uzman görüşü ve katılımcı doğrulaması olarak ifade edilebilir (Guban ve Lincoln, 1982; Maxwell, 2018). Bu çalışmada, inandırıcılığın sağlanması amacıyla öncelikle veri çeşitlemesi yapılmıştır. Başlıca veri toplama yöntemi olan görüşmenin yanında gözlem ve doküman incelemesi kullanılmıştır. Bu bağlamda, Bakü bölgesindeki kültürel çekiciliklere sahip alanlar gezilerek gözlemde bulunulmuş ve alanın fotoğrafları çekilmiştir. Nitel araştırmalarda inandırıcılığın sağlanmasında kullanılan diğer bir yöntem ise görüşmecilerle derinlemesine ve uzun süreli etkileşimde bulunulmasıdır. Böylece, görüşmecilerin vermiş olduğu yanıtlar ve alınan bilgilerin doğruluğu teyit edilmiştir. Görüşmecilerin verdiği cevaplar doğrultusunda oluşturulan kodlar ve temalar iki araştırmacı tarafından titizlikle oluşturulmuştur. Araştırma sonuçlarının benzer ortamlara ve durumlara genellenebiliyorsa araştırmanın dış geçerliliğinin olduğu söylenebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel araştırmaların evren genellemesi amacı olmaması nedeniyle bu durum aktarılabilirlik (Guban ve Lincoln, 1982) olarak ifade edilmektedir. Nitel araştırmaların aktarılabilirliğini artırmak için detaylı betimlemenin yapılması gerektiği ifade edilmektedir (Karataş, 2017). Böylece, detaylı bir anlatım izlenerek, alanda benzer çalışmalar yapacak olan araştırmacılara bir yol haritası sunulma imkanı sağlanmaktadır. Bu bağlamda, yürütülen araştırma süreçleri ve aşamaları açık ve ayrıntılı anlatılmaya çalışılarak okuyuculara geniş kapsamlı bilgi sunulmaya çalışılmıştır.

4. BULGULAR

İçerik analizi yöntemi ve görüşme metodu kullanılarak toplam 15 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcıların 13'ü kamu, 2'i özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcılar Devlet Turizm Ajansı, Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi, Kültür Bakanlığı, Azerbaycan Turist Rehberler Birliği ve turistik tesislerde çalışanlar ve söz sahibi olan kişiler arasından seçilmiştir. Katılımcılara 7 araştırma sorusu yöneltilmiş ve yanıtlar esasında yapılan içerik analizi sonucunda 101 kod oluşturulmuş ve oluşturulan 101 kod aralarındaki ilişkiler göz önünde bulundurularak 20 alt tema altında toplanmıştır. Katılımcılara ilişkin bilgiler aşağıdaki çizelgede sunulmuştur.

Çizelge 4.1. Katılımcılar hakkında bilgi

Katılımcı Numarası	Çalıştığı Yer	Çalışma Sahası
K1	Ateşgah	Kamu
K2	Yanardağ	Kamu
K3	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K4	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K5	Kültür Bakanlığı	Kamu
K6	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K7	Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi	Özel
K8	Azerbaycan Seyahat Acentaları Birliği	Kamu
K9	İçerişehir	Kamu
K10	İçerişehir	Kamu
K11	Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi	Özel
K12	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K13	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K14	Azerbaycan Güzel Sanatlar ve Kültür Üniversitesi	Kamu
K15	Azerbaycan Turist Rehberleri Birliği Başkanı	Kamu

Katılımcılara yöneltilen “*Bakü için, turizm sektörünün önemi nedir?*” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.2’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü için turizm sektörünün önemine dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa

göre sıralanan temalar şu şekildedir; Ekonomik Önemi (26), Pazarlama Kaynaklı Önemi (7) ve Toplumsal ve Çevresel Önemi (3). Katılımcıların Bakü için turizm sektörünün önemine dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Ülkenin tanıtımı” (5), “İstihdam olanağı” (4), “Altyapının iyileştirilmesi”, (4) ve “Ekonomik katkı” (4) şeklindedir.

Çizelge 4.2. Bakü için turizm sektörünün önemi

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Ekonomik Önemi	26	100	72.22
-İstihdam olanağı	4	15.38	11.11
-Altyapının iyileştirilmesi	4	15.38	11.11
-Ekonomik katkı	4	15.38	11.11
-Hizmet sektörünün gelişimi	4	15.38	11.11
-Döviz girdisi	3	11.53	8.33
-Diğer sektörlerin gelişimi	3	11.53	8.33
-Petrole alternatif bir ürün olması	3	11.53	8.33
-Şehrin kalkınması	1	3.89	2.79
Pazarlama Kaynaklı Önemi	7	100	19.44
-Ülkenin tanıtımı	5	71.43	13.88
-Azerbaycan’a dair olumlu imajın geliştirilmesi	2	28.57	5.56
Toplumsal ve Çevresel Önemi	3	100	8.34
-Sosyokültürel kazanımlar	2	66.66	5.56
-Ekolojik etki	1	33.33	2.78

Katılımcıların Bakü için turizm sektörünün önemine dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Ekonomik Önemi boyutu altında daha sonra ise Pazarlama Kaynaklı Önemi yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. İstihdam olanağı, Altyapının iyileştirilmesi, Ülkenin tanıtımı ve Ekonomik katkı kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Turizmin şehre sağladığı bir diğer fayda da yeni istihdam olanaklarının yaratılması ve döviz ithalatıdır.” (K2).

“Turizm petrol sektöründen sonra en çok kazandıran üçüncü sektör. Petrol ve gaz ülkesi olarak bu sektörün gelişimine önem vermeliyiz. Ülke tanıtımı için turizm önemlidir. Ayrıca turizm sektörü istihdam yaratması açısından da önemlidir.” (K8).

“Turizmin Bakü için önemi, şehrin ekonomik ve sosyal yaşamı, refahı ve gelişimi üzerindeki olumlu etkisi ile açıklanmaktadır. Böylece daha fazla turist çekme motivasyonu ile şehrin altyapısı iyileştirilmekte (yeni ulaşım hatlarının oluşturulması, eskilerinin tamiri, catering tesislerinin arttırılması), ayrıca şehirdeki yeşil alan artırılmakta ve bu da ekolojik yönden olumlu etki göstermektedir.” (K2).

“Turizm sektörü Bakü'nün tarihini, mimarisini ve mutfağını dünyaya tanıtan ana yollardan birisidir.” (K3).

“Turizmin hem Azerbaycan bütçesine gelir getiren bir alan olarak hem de Azerbaycan'ı ve Azerbaycan halkını tanıtan manevi bir faaliyet olarak büyük rol oynadığını söyleyebilirim.” (K6).

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir ?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.3’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair ifadeleri 5 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Eğlence ve Sporla İlgili (24), Etkinliklerle İlgili (10), Kültürel Unsurlarla İlgili (10), Sağlıkla İlgili (5) ve Doğa ve Toprakla İlgili (3). Katılımcıların, Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Spor turizmi” (11), “Kültür turizmi” (6), “Kongre turizmi” (4) ve “Sağlık turizmi” (4) şeklindedir.

Çizelge 4.3. Bakü’de geliştirilebilecek turizm türleri

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Eğlence ve Sporla İlgili	24	100	46.15
-Spor turizmi	11	45.87	21.15
-Özel ilgi turizmi	4	16.68	7.69
-Yat turizmi	3	12.51	5.77
-Golf turizmi	2	8.34	3.85
-Ada turları	2	8.34	3.85
-Bisiklet turizmi	1	4.17	1.92
-Alışveriş turları	1	4.17	1.92
Etkinliklerle İlgili	10	100	19.23
-Kongre turizmi	4	40	7.69
-Petrol turizmi	3	30	5.77
-Festival turizmi	2	20	3.85
-Bilim turizmi	1	10	1.92
Kültürel Unsurlarla İlgili	10	100	19.23
-Kültür turizmi/turu	6	60	11.53
-Gastronomi turizmi (şarapçılık)	2	20	3.85
-İnanç turizmi	2	20	3.85
Sağlıkla İlgili	5	100	9.62
-Sağlık turizmi	4	80	7.69
-Jeoturizm (çamur volkanları)	1	20	1.93
Doğa ve Toprakla İlgili	3	100	5.77
-Tarım turizmi (bağcılık)	3	100	5.77

Katılımcıların Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Eğlence ve Sporla İlgili boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadelerle bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Spor turizmi, Özel ilgi turizmi ve Yat turizmi kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Spor turizmi ile bağlantılı olarak bir buz pateni pisti inşa ediliyor ve Azerbaycan’da hokey şampiyonalarının yapılması planlanıyor.” (K6).

“Su sporlarından sörf, rüzgar sörfü ve rüzgarla ilgili diğer sporları geliştirebiliriz.” (K6).

“Dediğim gibi eğlence turizmine odaklansak ve nasıl ki Londra Avrupalının eğlence merkezi olarak görülüyor, biz de Bakü’yü Kafkasların eğlence merkezi gibi pazarlayabiliriz.” (K13).

“Bakü’de özel ilgi turizmine örnek olarak tüplü dalış gezilerini gösterebiliriz daha yeni yeni geliştiriliyor. Abşeron Milli Parkı’nda kuş gözlemciliği, flamingo ve fok balıklarını izleyebilirsiniz.” (K11).

“Bakü ve çevresinde şarap imalathanelerinin ve tütün fabrikalarının varlığı, turistlerin ilgisini çekmek için söz konusu sektörle ilgili masterclassların düzenlenmesi, şarapçılık ve bağcılık turlarının düzenlenmesi için koşullar yaratmaktadır.” (K2).

“Bakü dünyada siyah altının anavatanı olarak kabul edildiğinden, Bakü’de petrol endüstrisi müzelerinin oluşturulması ve petrolle ilgili aşamaların canlı olarak gösterilmesi gibi turizm türleri geliştirilebilir.” (K3).

“Deniz turizminde büyük potansiyel görüyorum, gelecekte Hazar denizindeki adalara gemilerle geziler düzenlenebilir, su sporları uygulanabilir.” (K11).

Katılımcılara yöneltilen *“Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar/imkanlar nelerdir?”* sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.4’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Tarihi ve Kültürel Çekicilikler (36), Yapılandırılmış Çekicilikler (19) ve Doğal Çekicilikler (6). Katılımcıların, Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklara dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Müzeler” (12), “İçerişehir” (7), “Kız kalesi” (5) ve “Şirvanşahlar sarayı” (4) şeklindedir.

Çizelge 4.4. Bakü'nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu imkanlar

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	36	100	59.02
-İçerişehir	7	19.47	11.46
-Kız kalesi	5	13.9	8.2
-Şirvanşahlar sarayı	4	11.11	6.56
-Haydar Aliyev merkezi	3	8.33	4.92
-Haydar Aliyev camisi	3	8.33	4.92
-Tarihi hamamlar	3	8.33	4.92
-Ateşgah	3	8.33	4.92
-Nardaran kalesi	2	5.55	3.28
-Gala kalesi	2	5.55	3.28
-Flame Towers	2	5.55	3.28
-Tarihi alban kiliseleri	2	5.55	3.28
Yapılandırılmış Çekicilikler	19	100	31.15
-Müzeler	12	63.16	19.67
-Opera ve bale tiyatrosu	2	10.53	3.28
-Botanik bahçesi	2	10.53	3.28
-İstiklaliet caddesi'ndeki binalar	2	10.53	3.28
-Bakü bulvarı	1	5.25	1.64
Doğal Çekicilikler	6	100	9.83
-Yanardağ	3	50	4.91
-Gobustan	3	50	4.92

Katılımcıların Bakü'nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar nelerdir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Tarihi ve Kültürel Çekicilikler boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. İçerişehir, Kız kalesi ve Şirvanşahlar sarayı kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“İçerişehirden tarihi eserler, 1078 yılında yapılan Sınıggala, Şirvanşahlar sarayı, Kız kalesi, ortaçağda inşa edilen mimari eserler, camiler yer alıyor.” (K7).

“Turistler Kız Kalesine, Şirvanşahlar Sarayına gidiyorlar, ortaçağ camilerimizi görüyorlar, hepsi hakkında bilgi alıyorlar.” (K8).

“Bir turist Bakü şehrine geldiğinde kültür rotası olarak müzeleri, botanik parkları, Bakü Bulvarını, İçerişehirdeki kadim yerler, hamamlar, eşyalar onların dikkatini çekmektedir.” (K11).

“En çok halı müzesi, İçerişehir, Kız Kalesi, Şirvanşahlar Sarayı, Ateşgah ve Yanardağ ziyaret edilmektedir.” (K12).

“Bakü’deki Kız Kalesi, İçeri Şehir, Flame Towers ve Haydar Aliyev merkezi, Haydar Aliyev camisi, albanlar devrinden kalmış tarihsel kiliseler bunların bir kaçıdır.” (K1).

Katılımcılara yöneltilen *“Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda engeller nelerdir?”* sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.5’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engellere dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Yapısal Faktörler (30), Sosyo Ekonomik Faktörler (9) ve Diğer Faktörler (5). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engellere dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi” (6), “Eğitimli personel eksikliği” (5), “Tanıtım eksikliği” (4) ve “Kaynakların yeterince korunamaması” (4) şeklindedir.

Çizelge 4.5. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engeller

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Yapısal Faktörler	30	100	68.18
-Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi	6	20	13.64
-Eğitimli personel eksikliği	5	16.67	11.36
-Tanıtım eksikliği	4	13.33	9.09
-Kaynakların yeterince korunamaması	4	13.33	9.09
-Vize sorunu	3	10	6.84
-Altyapı yetersizliği	2	6.67	4.54
-Turistik tesislerin ve firmaların yetersizliği	2	6.67	4.54
-Devlet kurumları arasındaki iletişimsizlik	2	6.67	4.54
-Turizm sektöründe yatırımcıların yetersiz destek görmesi	1	3.33	2.27
-Bakü’nün diğer kültür turizmi destinasyonlarından ayrışamaması	1	3.33	2.27
Sosyo Ekonomik Faktörler	9	100	20.45
-Seyahat kültürünün olmaması	3	33.3	6.83
-Havayolu fiyatlarının yüksek olması	2	22.2	4.54
-Ekonomik sorunlar	2	22.2	4.54
-Turizm yatırımlarının yüksek bütçeli olması	1	11.1	2.27
-Bazı anıtların turizme açılmaması	1	11.1	2.27
Diğer Faktörler	5	100	11.37
-Kültürel rezervlerin kültür turizmi ürününe dönüşme evresinin daha bitmemesi	2	40	4.54
-Siyasi nedenler	2	40	4.54
-Turizm işletmelerinin şeffaf olmaması	1	20	2.29

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusunda engeller nelerdir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Yapısal Faktörler boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadelerle bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi, Eğitimli personel eksikliği ve Tanıtım eksikliği kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Turizm sektöründe, özellikle müze alanında interaktif (3d) ve eğlenceli sergilemelerin olmaması, bazı anıtların restore edilip korunmaması ve turizm sektörüne açılmaması. Ayrıca dünya tecrübesi yüksek, uzmanlaşmış personelin azınlıkta olması da gelişmenin önünde engel oluşturmaktadır.” (K2).

“Restorasyon ve koruma önlemlerini, turizm altyapısını, yanlış veya yetersiz PR çalışmalarını sayabiliriz.” (K4).

“Kültürel yaratıcı endüstri dediğimiz bir durum var ve bazı süreçlerin endüstrileştirilmesi gerekiyor. Hizmetler mevcut turizm potansiyeli etrafında şekillenmelidir.” (K5).

“Belki organizasyon anlamında daha iyi şeyler yapılabilir.” (K7).

“Müzelerin çalışma sistemlerinin ve operasyonlarının modernize edilmesi gerekmektedir. Diğer bir engel ise eğitimidir.” (K9).

“Bence en büyük engel turistlerin rahat rotalarının olmamasıdır. Bakü’deki kültürel rezervlerin kültür turizmi ürününe dönüşme evresi daha bitmemiştir.” (K12).

“Yurtiçi turizm pazarına paket turu sunan seyahat acenteleri azlığı.” (K1).

Katılımcılara yöneltilen *“Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller/görevler nelerdir?”* sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.6’da yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen rollere dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Bilgilendirme ve Eğitim Rolü (12), Eşgüdümleme ve Kontrol Rolü (10), Diğer Roller (9) ve Pazarlama Rolü (4). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen rollere dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod *“Fiyatların kontrolünün sağlanması”* (8), *“Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması”* (4), *“Altyapı oluşturulması”* (4) ve *“Ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması”* (3) şeklindedir.

Çizelge 4.6. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen görevler

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Bilgilendirme ve Eğitim Rolü	12	100	34.29
-Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması	4	33.34	11.43
-Akademik etkinliklerin ve çalışmaların sayısının artırılması	2	16.67	5.71
-Alanda uzman kişiler tarafından uzmanlık programlarının düzenlenmesi	2	16.67	5.71
-Bölge hakkında bilgilendirme faaliyetinin yürütülmesi	1	8.33	2.86
-Çalışanların eğitilmesi	1	8.33	2.86
-Öğrencilerin turizme yönelik bilinçlendirilmesi	1	8.33	2.86
-Yerel halkın bilgilendirilmesi	1	8.33	2.86
Eşgüdümleme ve Kontrol Rolü	10	100	28.57
-Fiyatların kontrolünün sağlanması	8	80	22.86
-Turizm işletmelerinin düzenli olarak denetlenmesi	2	20	5.71
Diğer Roller	9	100	25.71
-Altyapı oluşturulması	4	44.44	11.43
-Somut olmayan kültürel miras rezervinin turizm ürününe dönüştürülmesi	3	33.33	8.57
-Anıtların restore edilmesi	2	22.22	5.71
Pazarlama Rolü	4	100	11.43
-Ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması	3	75	8.57
-Uluslararası çalışmalar yaparak tanıtım politikalarının oluşturulması	1	25	2.86

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller nedir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Bilgilendirme ve Eğitim Rolü altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması, Akademik etkinliklerin ve çalışmaların sayısının artırılması ve Alanda uzman kişiler tarafından uzmanlık programlarının düzenlenmesi kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Misafirlere güler yüzlü davranmak, fiyatları abartmamak, bölge hakkında yeterince bilgi sahibi olmak gerekiyor.” (K1).

“Burada çalışma alanı turizm olan bilim adamlarımızın yurtdışında katıldıkları konferans ve sempozyumlarda Azerbaycan turizmi ile ilgili raporlar sunarak ülkeyi bilim dünyasına tanıtmaları veya turizm hizmeti veren firmaların hazırladığı reklamları daha dikkatli hazırlamaları yönünde bir öneri verebiliriz.” (K2).

“Ayrıca tarihi eserlerin korunması ve restorasyonu konusunda deneyimli kişilerden faydalanmak, yabancı ülkelere eğitimli personelin Bakü'ye davet edilmesi, üst düzey deneyim programları ve yurt içi eğitimlerin düzenlenmesi kültür turizminin gelişmesinde olumlu etki gösterebilir.” (K2).

“Unutulmamalıdır ki, devlet ve vatandaş iş birliği yapılmalıdır. Yani hem kültürel mirasın korunmasında hem de misafirperverliğin korunmasında herkesin PR'da rol oynaması gerekiyor. Devlet bu süreci bir dereceye kadar sistematize eder ve halihazırda yapılan işleri aritmetikten ziyade geometrik bir dizide artırmanın etkinliğini belirler. Yani devlet kurumu genel politikayı belirlemekte, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları bu politika çerçevesinde mekanizmalar oluşturmaktadır.” (K5).

“Özel sektör daha fazla barınma, beslenme ve ulaşım alanı sağlamalıdır. Kamu sektörünün sorumlulukları altyapı oluşturulması ve organizasyon düzenlemektir.” (K7).

“Genel olarak şöyle söyleyebilirim ki paydaşların hepsinin ortak çalışması lazım. Normalde teori ve pratiği birleştirerek ilerlemek daha doğru olur ama Azerbaycan'da doğru düzgün akademik makale olmadığı için mecburen sadece pratiğimizi kullanmamız lazım.” (K10).

“Özel ve kamu kurumlarının işbirliği yapması gerekiyor. Özel sektörün somut olmayan kültürel mirasın verdiği rezervi turizm ürününe dönüştürmesi lazım.” (K12).

Katılımcılara yöneltilen “*Bakü’de kültür turizminin geleceğini nasıl görüyorsunuz ve bu turizm türünün geliştirilmesi için neler önerirsiniz?*” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.7’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geleceğine ve gelişim önerilerine dair ifadeleri 2 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Kültür Turizmini Geliştirme Önerileri (18) ve Kültür Turizmine Dair Gelecek Beklentileri (12). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin geleceğine ve gelişim önerilerine dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Kültür turizminin çeşitlendirilmesi” (6), “Azerbaycan turizminin daha iyi tanıtılması ve pazarlama stratejisinin değiştirilmesi” (4), “Kültür turizminin geliştirilmesi için araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi” (4) ve “Farklı turizm türlerinin gelişim göstermesi” (3) şeklindedir.

Çizelge 4.7. Bakü’de kültür turizminin geliştirilebilmesi için öneriler ve gelecek beklentileri

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Kültür Turizmini Geliştirme Önerileri	18	100	60
-Azerbaycan turizminin daha iyi tanıtılması ve pazarlama stratejisinin değiştirilmesi	4	22.22	13.33
-Kültür turizminin geliştirilmesi için araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi	4	22.22	13.33
-Sektörel kurumlar için ortak yol haritası düzenlenmesi ve paydaşların ortak hareket etmesi	3	16.66	10
-Dünya çapında organizasyonlarla anlaşarak kültür turizminin geliştirilmesi	2	11.11	6.67
-Turizm potansiyeli olan ürünlere yatırım yapılması	2	11.11	6.67
-Potansiyel Pazar araştırmalarının yapılması	1	5.55	3.34
-Bakü’de eğlence olanaklarının arttırılması	1	5.55	3.33
-Kongre ve festivallerin ülke geneline eşit olarak yayılması	1	5.55	3.33

Çizelge 4.7. Bakü’de kültür turizminin geliştirilebilmesi için öneriler ve gelecek beklentileri (Devam)

Kültür Turizmine Dair Gelecek Beklentileri	12	100	40
-Kültür turizminin çeşitlendirilmesi	6	50	20
-Farklı turizm türlerinin gelişim göstermesi	3	25	10
-Kültür turizminin önemini koruması	2	16.67	6.67
-Bakü’deki kültür turizminin gelişiminin diğer illerdeki gelişimin önüne geçmesi	1	8.33	3.33

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geleceğine ve gelişim önerileri nedir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Kültür Turizmini Geliştirme Önerileri altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Azerbaycan turizminin daha iyi tanıtılması ve pazarlama stratejisinin değiştirilmesi, Kültür turizminin geliştirilmesi için araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi ve çalışmaların sayısının artırılması, Sektörel kurumlar için ortak yol haritası düzenlenmesi ve paydaşların ortak hareket etmesi kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Bugünün finansal yatırımları düşünüldüğünde, gelecekte şehrimizde kültür turizminin daha çok spor, tarih ve eğlence odaklı olacağını söyleyebiliriz. hem müslüman ülkelerinden gelecek turist akışını daha da arttıracak hem de batılı turist sayısını da arttıracak önlemlerin alınması tavsiye edilir. Bu doğrultuda Bakü'deki tarihi mekanlarda turizmin eğlence kısmını arttırarak turist çekmenin organizasyonunu da önerebiliriz.” (K1).

“Devlet, turizm potansiyeli olan her türlü turizm türüne hem vatandaşın hem de turistin memnun kalacağı şekilde yatırım yapar ve bu yatırımların getirisi olumlu yönde olur. Ajansın görevi, yeni teklifler düşünmek, hazırlamak ve bunları hükumete sunmaktır. Ve gelecekte Bakü'nün kültür turizmi haritasının renkli olacağına inanıyorum.” (K2).

“Kültür turizminin daha da gelişmesi için sadece Devlet Turizm Ajansı değil, vatandaşlar dahil tüm kamu ve özel sektör bilinçlenmeli ve birlikte hareket etmelidir.” (K3).

“Kültürel turizmin gelişmesi için en önemli koşullardan biri kültürel miras nesnelerinin zenginleştirilmesidir. Bir başka koşul da, doğru ve yaratıcı bir yol düzenleyerek bu mirasa dikkat çekmek.” (K4).

“Tüm sektörel kurumlarla her küme için ortak bir yol haritası oluşturulabilir. Yol haritasında özel turlar, rotalar, bölgeler belirlenebilir ve her bölge kurumu o bölgelere dikkat edebilir. Bununla birlikte, birkaç devlet kurumunun yetenekleri bir eşleşme noktası gibi görülebilir ve aynı zamanda her bakanlıktan temsilciler birleştirilebilir ve bu politikanın bir sonucu olarak, bu rotalar bölgesel ve hatta küresel rekabete dayanabilir.” (K5).

“İleride Bakü’yü medeniyet başkenti olarak UNESCO listesine aday gösterebiliriz. Bakü’de dünya çapında organizasyonlarla anlaşarak kültür turizmini geliştirebiliriz. Azerbaycan turizminin daha iyi tanıtılabileceğini ve pazarlama stratejisinin daha iyi oluşturulabileceğini düşünüyorum.” (K7).

“Turizm sektöründe dünyanın önde gelen ülkelerini Azerbaycan’a davet ederek, festivallerini düzenlemek, gastronomi ve güzel sanatlarını tanıtmak gerekiyor. Reklamlarımızın daha fazla olmasını öneriyorum. Elçilikler aracılığıyla ülke tanıtımı yapılmalıdır.” (K8).

“Kültür turizminin geleceğini iyi görüyorum, daha gelişmiş görüyorum ama biraz daha üzerinde çalışılması ve daha çok PR çalışması yapılması gerekiyor. Öneri olarak, sosyal medya hesapları her zaman aktif olmalıdır. Diğer dijital platformlarda da (tripadvisor) aktif olmalıdırlar. Konum ve fiyat bilgileri doğru ve güncel olmalıdır.” (K9)

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi bölgeye ne tür yararlar sağlayabilir?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Çizelge 4.8’de yer almaktadır.

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin bölgeye yararlarına dair ifadeleri 2 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Ekonomik Çıktılar (20) ve Sosyo-Kültürel Çıktılar (3). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin bölgeye yararlarına dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Diğer illerin turistik gelişimine katkı sağlaması” (4), “Diğer sektörlerin gelişimine katkı sunması” (4), “İstihdamın artması” (3) ve “Bölgeye gelen turist sayısında ve harcamasında artış” (3) şeklindedir.

Çizelge 4.8. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesinin bölgeye yararları

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Ekonomik Çıktılar	20	100	86.96
-Diğer illerin turistik gelişimine katkı sağlaması	4	20	17.39
-Diğer sektörlerin gelişimine katkı sunması	4	20	17.39
-İstihdamın artması	3	15	13.04
-Bölgeye gelen turist sayısında ve harcamasında artış	3	15	13.04
-Yerel halkın refah düzeyinin artması	2	10	8.7
-Kültürel unsurlara yönelik talebin ve ilginin artması	2	10	8.7
-Yeni turistik pazarların oluşması	1	5	4.35
-Gelir kaynağının artması	1	5	4.35
Sosyo-Kültürel Çıktılar	3	100	13.04
-Kültürel kaynakların korunması	2	75	8.7
-Kültürel diyalog	1	25	4.34

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin bölgeye yararları nedir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Ekonomik Çıktılar altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Diğer illerin turistik gelişimine katkı sağlaması, diğer sektörlerin gelişimine katkı sunması ve istihdamın artması ve sektörel kurumlar için ortak yol haritası düzenlenmesi ve paydaşların ortak hareket etmesi kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Bakü'de yaşanan turistik gelişme Azerbaycan'ı da olumlu etkileyecektir. Turist herhangi bir yere geldiğinde yürümek isteyecek, kültürel peyzaj dediğimiz doğal değerleri, kültürel değerleri, tarihi değerleri ve arkeolojik değerleri arayacaktır.” (K3).

“Bahsettiğim gibi her anıt küçük bir ekosistem oluşturabilir. Her küçük anıtın etrafında oluşturulabilecek işletmeler var. Bu yerler, küçük ve orta ölçekli işletmeleri destekleyecek kuruluşlara bir mesaj olabilir.” (K5).

“Turizm sektörü her alanı etkiliyor. Bir turist bir milli park ya da anıt görmek istiyorsa, özel ulaşım kullanacaktır, gittiği yerde yemek ve içecek isteyecektir. Bir turist o bölgede yaşayan insanların yaşam tarzını görmek isterse orada yaşayan insanlardan ev kiralayacaktır.” (K6).

“Azerbaycan'ın yarısının Bakü'de yaşadığını hesaba katarsak, turizm geliştikçe ve büyüdükçe daha çok işyerleri açılacak ve insanlar istihdam edilecek. Turizm altyapısının daha da iyileştirilmesine sebep oluyor. Ayrıca turizm sayesinde şehrin dış görünüşü her geçen gün daha da güzelleşmektedir.” (K7).

“Turizm hem gelir kaynağı olarak hem de ülke tanıtımı için faydalıdır. Ne kadar çok turist gelirse, yerel halk o kadar medenileşiyor. Genel olarak turizm sektörü diğer sektörlerin gelişmesine önemli derecede katkı sağlamaktadır.” (K9).

“2019 yılına ait istatistiklerinde görüldüğü üzere özellikle Çin'den gelen turistlerin 1/3'ü Bakü'yü çok beğenerek buradan Şeki iline de seyahat etmiştir. Yani buradan görüldüğü ki Bakü'yü ne kadar çok beğenseler o kadar çok diğer illere de ziyaret etme olasılığı artıyor.” (K11).

“Tabiki Bakü'de turizmin gelişimi bölgeye de yararlı olacaktır çünkü turist Bakü'yü gezip beğendikten sonra daha başka neresi var diyerek diğer şehirleri de keşfetmeye başlıyor.” (K13).

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

İnsanoğlu geçmişten bugüne seyahat etmeyi seven bir varlıktır. İnsanların sürekli bir şekilde yer değiştirdiği ve bu yer değiştirme hareketlerini birçok farklı nedenle yaptığı bilinmektedir. Zamanla bu seyahat hareketleri artarak turizm pazarını oluşturmuş ve turizm alanı, dünyanın en büyük hizmet sektörlerinden birisi haline gelmiştir. Son yıllarda turizm talebinde önemli değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Bir yandan, turistlerin eğitim ve kültür seviyesi gibi entelektüel bilgi düzeylerinde olumlu yönde bir değişim yaşanırken, diğer yandan sürdürülebilirlik, çevresel değerler, kültürel miras bilinci gibi kavramların önem kazandığı ve turistik faaliyetlerin belirlenmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, günümüzde de popülerliğini koruyan turizm türlerinden birisi, kültür turizmidir. Kültür turizmi hem ülkelerin en iyi şekilde tanıtılması hem de ekonomik potansiyelinden dolayı çok sayıda ülkenin odağı haline gelmiştir.

Azerbaycan, dünya turizm pazarında gelişim göstermek isteyen ülkelerden birisidir. Ülkenin doğal ve kültürel bağlamda birçok turistik çekiciliklere sahip olduğu düşünüldüğünde, bölgenin gelişim potansiyelinin oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir. Bu noktadan hareketle, Azerbaycan'ın kültürel zenginlik ve çeşitlik bağlamında en zengin bölgelerinden birisi olan Bakü, araştırma sahası olarak seçilmiştir. Böylece, Bakü'nün kültür turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılması ve ilgili kurum ve kuruluşlara öneriler sunulması amaçlanmıştır.

Azerbaycan turizmi tarih boyunca çok fazla değişime uğramıştır. Azerbaycan'da bağımsızlığının ilk yıllarından itibaren karşılaştığı ekonomik darboğazlar ve Ermenistan'ın Karabağ'ı işgali dolayısıyla yaşanan savaş ve sosyoekonomik sorunlar sonucunda, ülkeye gelen turist sayılarında ve turizm faaliyetinde birtakım dalgalanmalar görülmüştür. Ancak son yıllarda turizm sektöründe görülen canlanma Azerbaycan turizmine olumlu yansımıştır. Bu konuda Cumhurbaşkanı İlham Aliyev tarafından alınan ve 2002-2005, 2004-2008 ve 2010-2014 yıllarını kapsayan kararların turizmin gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Bu çerçevede, turizm alanında uluslararası standartlara uygun oteller yapılmış, turizme yönelik yatırımlar gerçekleştirilmiş, turizm potansiyeli değerlendirilmiş ve ülkede turizm eğitiminin gelişmesi amacıyla 2006 yılında Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi

kurulmuştur. Alınan bu kararların sonucunda 1996 yılında ülkede hizmet gösteren otel ve benzeri kuruluşların sayısı 94 iken, iki yıl içinde dört kat artarak 370'e çıkmış ve bu sayı 2009 yılında 452'ye ulaşmıştır. Otel ve yatak sayısındaki artış ve yerli-yabancı turistlerin dinlenebileceği, tatil yapabileceği, doğa, deniz ve güneşten yararlanabileceği modern kamp ve tesisler sayesinde, gelen turist sayısı 2009 verileri itibariyle 1830400 kişiye ulaşmıştır. Aynı dönemde yatak sayısı ise beş kat artış göstermiştir.

Yürütülen çalışmada, bir turistik destinasyon olarak Bakü şehrinin var olan kültürel turizm potansiyeli ve kültürel turizmin nasıl geliştirilebileceği sorunsalı ele alınmıştır. Bu bağlamda, Bakü'nün kültür turizminde mevcut durumunun tespiti ve şehirde kültür turizminin geliştirilebilmesi için neler yapılabileceğine dair görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme kitlesini, Bakü'de yer alan turizmle ilgili kamu kurumları ve özel sektör yetkilileri oluşturmuştur.

Katılımcıların hepsi, Bakü'nün gelişimi için turizm sektörünün önemli bir yere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ekonomik, tanıtım (pazarlama) boyutu ve sosyo-kültürel kaynaklı etkiler olmak üzere bu üç alanda turizmin Bakü için önemli olduğu katılımcılar tarafından düşünülmektedir. Konuya dair genel bir değerlendirme yapıldığında, kültür turizminin bir turistik ürün olarak Azerbaycan'ın Bakü şehri için oldukça uygun bir turizm türü olduğu görülmektedir. Bakü'nün kültür turizmi potansiyeli ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların bu şehirde kültür turizminin gelişimine sıcak yaklaştıkları görülmektedir. Görüşme sonucunda anlaşılmıştır ki turizm Bakü için oldukça önemlidir. Ekonomik yönden döviz girdisi sağlaması, istihdam olanağı sağlaması, altyapı oluşumu, diğer sektörlerin gelişimine yardımcı olması, ülkenin tanıtılması ve özellikle Azerbaycan'ın en çok gelir elde ettiği petrol sektörüne alternatif sektör olması turizmi vazgeçilmez kılmaktadır. Çalışmanın temel konusu olan kültür turizmi bağlamında Bakü'nün yeteri kadar tarihi, kültürel, doğal ve yapılandırılmış çekicilikleri olduğunu söyleyebiliriz. Benzer sonuçlar Khalilova (2008) tarafından yazılan yüksek lisans tezinde de belirtilmiş olup Azerbaycan'ın kültür turizmindeki gücü vurgulanmıştır. Bunula birlikte, bölgenin kültür turizmi destinasyonu niteliklerine ve özelliklerine sahip olmasının yanı sıra bazı turizm türlerinin de bölgede gelişme potansiyeline sahip olduğu görüşme sonucunda ortaya çıkmıştır. Başlıca potansiyel turizm türleri, eğlence ve spor turizmi, etkinlik ve

kongre turizmi, sağlık turizmi ve gastronomi turizmi, olarak tespit edilmiştir. Konu bağlamında yapılan benzer çalışmalar incelendiğinde, sağlık turizmi, gastronomi turizmi, eğence etkinlerine dair Azerbaycan'ın güçlü bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiştir (Seferov ve Hesenov, 2006; Heydarov, 2016; Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Bakü'de geliştirilebilecek turizm türü olarak 15 katılımcıdan 11'inin spor turizmini ifade etmesi, araştırmanın dikkat çeken bulguları arasında yer almaktadır. Naghiloo, Asgarian, Koozechian & Hosseini (2011) tarafından yapılan çalışmada da Azerbaycan'ın spor ve etkinlik turizmine hitap edebilecek kaynaklara ve olanaklara sahip olduğu vurgulanmıştır.

Bakü'nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklara dair katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde, şehrin sahip olduğu kültürel alanlardan ve yerlerden (rn., İçerişehir, Kız Kalesi), müzelere ve doğal alanlara (rn., Gobustan) uzanan zenginlikte kaynaklara sahip olduğu belirlenmiştir. Nvresli (2010) tarafından Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin değerlendirilmesi üzerine yapılan çalışmada da kültürel, doğal çekiciliklere yer verildiği görülmektedir.

Katılımcılara, Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesinin önünde yer alan engeller sorulmuştur. Yapısal faktörler boyutunun (10 kod ile 30 defa tekrarlanmış) en sık tekrar eden unsur olduğu tespit edilmiştir. Turistik rnlerin çeşitlendirilememesi, eğitimli personel eksikliği, tanıtım eksikliği ve kaynakların yeterince korunamaması, en çok üzerinde durulan konular olmuştur. Petrol ağırlıklı bir ekonomiye sahip olan Azerbaycan (Aras, 2003), turizm sektörünün de ülke ekonomisindeki yerinin artmasını istemektedir. Bu bağlamda, bazı çalışmalar yapıyor olsa da turizm bağlamında alt ve üstü yapı yatırımlarının arttırılması, turizm eğitiminin güçlendirilmesi gibi, ileriye yönelik kamu kurumlarının ve özel sektörün atması gereken birçok adımın olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, turistik ürün çeşitlendirilmesi konusu üzerinde durulması gereken ve geliştirilmesi gereken bir alandır. Söz konusu engellerin ve zorlukların aşılabilmesi için kamuya ve özel sektöre düşen görevler sorulduğunda ise katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar üzerinden cevapların bilgilendirme ve eğitim, eşgdmlleme ve kontrol, pazarlama ve diğer unsurlar olmak üzere 4 temada toplandığı görülmektedir. Temalara yönelik ifade sayılarının birbirine yakın olduğu düşünüldüğünde katılımcılar hemen hemen bütün konulara aynı önemi verdiği ifade edilebilir. Turizmde fiyatların kontrolünün sağlanması, ifadesini katılımcıların

yarısından fazlasının (8 kişi) belirttiği ve en çok vurgulan konu olduğu tespit edilmiştir. Fiyat unsuru, tüketici tercihlerinde en çok rol oynayan unsurların başında gelmektedir (Gülçubuk, 2008). Bu bağlamda, turistlerin satın alma kararlarını etkileyen temel unsurlardan birisi turistik ürünlerin fiyat boyutudur. Turizmde fiyatlar zamana ve yere değişiklik gösterebilmektedir. Ancak, turistler, gittikleri yörelerde kendilerine doğru olmayan fiyatlar söylendiğinde o bölgeye tekrar gitmek istememekte ve bu durumdan olumsuz bahsetmektedir. Katılımcıların çoğu da bu gerçekliğin farkında olduklarını ifade ederek, fiyatların nesnel ölçütlere göre ve aşırı değişkenlik göstermeyen bir yapıda belirlenmesi gerektiği konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması, gerekli altyapının oluşturulması ve ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması, sıklıkla vurgulanan diğer kodlar olarak göze çarpmaktadır.

Bakü’de kültür turizminin geliştirilebilmesi için neler yapılabileceğine ilişkin soruya katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar değerlendirildiğinde, daha iyi-nitelikli bir ülke tanıtımı ve bu konuya dair araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi kodlarının görece önem verilen unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Turizm sektöründe rekabetin oldukça yüksek olduğu düşünüldüğünde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin önemi daha iyi kavranmaktadır. Özellikle, turizm sektöründe yeni olan ülkelerin sahip oldukları kaynakları en verimli şekilde kullanabilmesi için doğru pazarlama taktiklerini ve tanıtım stratejilerini kullanması oldukça önemli bir çabadır. Bu bağlamda, ülkenin uygulayacağı tanıtım stratejileri ile turizm başarısı arasında doğru orantı olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda katılımcıların bazıları, Formula 1 gibi dünya organizasyonlarının Bakü’ye davet edilmesi veya turistik ürünlerin olabildiği kadar çeşitlendirilmesi gibi önerilerde bulunmuşlardır. Bakü’de kültür turizminin gelişiminin bölgeye yararı hakkında katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde aşağıdaki cevaplar öne çıkmıştır: Diğer illerin/bölgelerin turistik gelişimine katkı sunması, diğer sektörlerin büyümesi, istihdam olanağının artması, kültürel varlıklarımızın korunması ve bölgeye gelen turist sayısındaki artış. Kültür turizminin Bakü’de gelişim göstermesinin hem Bakü bağlamında hem de ülkedeki diğer bölgeler bağlamında olumlu etkilerinin oluşacağı belirtilmiştir. Bu noktada, kültür turizminin bütüncül olarak ülke ekonomisine oldukça önemli katkı sunabileceği düşünülmektedir. Uluslararası turizmin ekonomik fayda sağlamadaki rolü birçok gelişmekte olan ülkede uzun zamandır bilinen bir gerçektir (Jenkins, 1991).

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde halihazırda Bakü’de kültür, spor ve kongre turizmi yaygın olarak öne çıkan unsurlardır. Ancak, söz konusu turizm türleri için özellikle kültür turizmi için ürün çeşitlendirilmesinde ve tanıtımında önemli eksikliklerin olduğu görülmektedir. Turizm sektöründe yetkin ve başarılı olabilmek için destinasyonu benzersiz ve farklı kılmak önemlidir. Bu nedenle standart turistik ürünlerin ötesine geçerek daha farklı turizm türleri geliştirilir ve tanıtılırsa Bakü turizmi için önemli bir pazarlama biçimi oluşturulabilecektir.

1. Gastronomi turizmi ve kültürel turizmi harmanlayıp kültürel destinasyonlarda tarihi yemek tadımı veya şarap imalatının her kısmını inceleyerek şarap tadımı yapmak, gibi deneyim odaklı kültürel etkinlikler trend tanıtım çalışmaları haline gelmiştir.
2. Azerbaycan, siyah altın olarak adlandırılan petrolün ana vatani olan ülkelerden biri olarak hesap edilmektedir. Gelen turistleri Hazar Deniz’inde gezdirerek onlara petrol kuyularını, petrolün nasıl çıkarıldığını ve işlendiğini göstererek farklı ve eşsiz bir turizm türü yaratılabilir.

Gürcistan ve Türkiye’ye komşu olan Azerbaycan, turizm bağlamında oldukça güçlü komşulara sahiptir. Bu nedenle, ülke için rekabet koşulları oldukça zorlu görünmektedir. Ayrıca, Azerbaycan birçok yabancı ülke için Kafkasya turunun içinde bir ülke olarak değerlendirilmektedir. Bunun başlıca sebebi ise ülkenin tek başına yeteri kadar zengin destinasyonlara ve çekiciliklere sahip olmamasıdır. Bir turist ülkeye geldiğinde Bakü’yü, Tiflis’i ve Erevan’ı birlikte görmek istemektedir.

3. Bu bağlamda ülkenin tanıtım stratejileri de güncel talep yapısına göre revize edilmelidir.
4. İlgili tanıtım ve pazarlama politikaları kapsamında devlet kurumları özel işletmelere destek olmalı ve yatırımcılara daha çok teşvik kampanyaları sunmalıdır.
5. Özel işletmeler de bu kapsamda her şeyi kanuna uygun, şeffaf bir şekilde uygulayarak attığı her adımda Azerbaycan’ı destekleyecek faaliyetler yürütmelidir.
6. Bakü’nün mimarisi doğu ve batıyı sentezlediği gibi aynı zamanda orta çağ ve modern dönemin eserlerini de kendisinde barındırıyor. Doğru pazarlama

stratejisi belirlenirse yöreye özgü bir turistik talebin yaratılması oldukça mümkün gözükmemektedir.

7. Ayrıca Azerbaycan'ın 2020 yılındaki ikinci Karabağ savaşındaki zaferi sonrası hem daha güvenilir bir destinasyon olarak turizm sektöründe talep yaratacak hem de Karabağ bölgesinde hüzün turizmi, ekoturizm, kırsal turizm gibi turizm çeşitleri ile Azerbaycan turizminin potansiyelini daha ileriye taşıyacağı öngörülmektedir.
8. Kültür turizmini sürdürülebilir kılmak ve gelecek nesillere taşımak için devletin ana görevi vatandaşlarına 'koru, kullan' felsefesini aşılama ve bu konunun kamusallaştırılması gerektiğini değerlendiriyoruz.

Konu ile ilgili alanyazın incelendiğinde Azerbaycan'la ilgili makale ve çalışmaların sayısının azınlık olması ve mevcut çalışmaların da tarihinin eski olması sebebiyle çalışmanın özgün olması ve Azerbaycan turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abbasov, C. (1998). *Azerbaycan Respublikası'nın İktisadi ve Sosyal Coğrafyası*. Bakü Devlet Üniversitesi Neşriyatı, Bakü, 3.
- Adan, Ö. (2004). *Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Termal Turizm ve Ege Bölgesi Açısından Değerlendirilmesi*. (Tezsiz Yüksek Lisans Programı Dönem Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi)
- Agaraj, X. & Murati, M. (2009). *Annals - Economy Series. Tourism an Important Sector of Economy Development vol. 1*, 83-90.
- Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Ekin Kitabevi, Bursa.
- Akbolat, M. & Deniz, N. G. (2017). Türkiye’de Medikal Turizmin Gelişimi ve Bazı Ülkelerle Karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 123-139.
- Aksu, M. & Kayabalı, C. (2006). Alternatif bir turizm: Kültür turizmi. *Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi*, Yıl, 45, 25-28.
- Aktaş, A. (1989). *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*. Ofset Repromat Matbaacılık Tic. San. Ltd. Şti., Ankara.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 170-188.
- Alaeddinoğlu, F. & Aliagaoglu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.
- Alaşhan, A. (2018). *Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Aliagaoglu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiyeden Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2): 50-64.
- Alimuradova, F. (2015). *Turizm Gelişiminin Ana Yönleri*. (Yüksek Lisans Tezi, Azerbaycan Devlet Ekonomi Üniversitesi)
- Aliyev, A. (2001). Çamur volkanik rezervi zaman gereksinimi. <http://vyshka.azeurotel.com/arxiv/2001/34/6.htm> (Son erişim tarihi: 18 temmuz 2023).
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 10(40): 6692-6710.
- Alkanoğlu, F. (2010). Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi: Beypazarı Örneği. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10(2): 125-136.

- Anonim, (2010). Kültürel miras listesi. <https://www.unesco.org.tr> (Son erişim tarihi: 21 ağustos 2023)
- Anonim, (2015). Yanardağ. <https://www.wikipedia.org> (Son erişim tarihi: 24 ağustos 2023)
- Anonim, (2016). Azerbaycan turizm istatistikleri. <https://www.statista.com/> (Son erişim tarihi: 19 ağustos 2023)
- Anonim, (2016). Sağlık turizmi. <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr> (Son erişim tarihi: 19 mart 2023)
- Anonim, (2017). İmamzade türbesi. <https://www.modernsilkroadtour.com/tr/guzergahlar/azerbaycan/imamzade-turbesi> (Son erişim tarihi: 11 ağustos 2023)
- Anonim, (2017). Kız kalesi. <https://www.selcuklumirasi.com/architecture-detail/baku-kiz-kalesi> (Son erişim tarihi: 16 ağustos 2023)
- Anonim, (2017). Turizm nedir? <https://wtcc.org/> (Son erişim tarihi: 20 temmuz 2023)
- Anonim, (2018). Azerbaycan turizminin ekonomiye etkisi. <https://www.respublica-news.az/> (Son erişim tarihi: 14 ağustos 2023)
- Anonim, (2019). Azerbaycan data network turizm i otdıh. <http://adanet.az/tours/sheki-zakatali/sheki-zakatali.html> (Son erişim tarihi: 07 haziran 2023)
- Anonim, (2020). Şeki han sarayı. <https://tr.pinterest.com/pin/585045807836151295/> (Son erişim tarihi: 16 temmuz 2023)
- Anonim, (2021). Şirvanşahlar sarayı. <https://www.azerbaycanuniversiteleri.com/azerbeycan-sirvansahlar-sarayi/> (Son erişim tarihi: 21 temmuz 2023)
- Anonim, (2022). Azerbaycan turizmi. <https://www.azernews.az> (Son erişim tarihi: 10 ağustos 2023)
- Anonim, (2022). Azerbaycan turizmi. <https://www.br.az/site/main.htm> (Son erişim tarihi: 01 şubat 2022)
- Aras, O. N. (2003). Azerbaycan Ekonomisi ve Dönüşüm Süreci. *Journal of Academic Studies*, 5(19), 13-32.
- Armutcu, B. (2017). *Gaziantep'te Kongre Turizminin Mevcut Durumu ve Geliştirilme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Aslanova, K. (2013). Türkiye'de Sağlık Turizmi ve Sağlık Turizmi Hukuku. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 129-145.

- Avcı, H. (2019). *Eko Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi ve Yerel Halkın Tutumu: İskilip Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), s. 91-96.
- Aydoğdu, A. & Duman, S. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23.
- Aydoğdu, A. & Mızrak, M. (2017). Azerbaycan ve Türkiye mutfak kültürünün tarihi birlikteliği ve mevcut durumunun belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15-25.
- Aymankuy, Y. (2003). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Azerbaycan İstatistik Kurumu, (2019). www.stat.gov.az (Son erişim tarihi: 15 Mayıs 2023).
- Azerbaycan Kültür Bakanlığı, (2022). http://www.culture.az/museum_r.htm (Son erişim tarihi: 20 Mayıs 2023).
- Balcı, A. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bandoğlu, Z. (2015). Türkiye’de Kültür Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2): 155-168.
- Barca, M., Akdeve, E. & Balay, İ. G. (2013). Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92.
- Başer, F. & Başçı, A. (2012). İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 423- 443.
- Behdioğlu, S. & Çilesiz, N. (2017). Akademisyenlerin Kongre Tercih Kriterlerinin Konjoint Analizi ile Belirlenmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 23-37.
- Birdir, K. & Akgül, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Bucak, T. & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.

- Budagov, B. & Garibli, Y. (2003). *Azərbaycan Respublikasının Fiziki Coğrafiyası*. Tahsil Basımevi, Bakü.
- Bujdoso, Z., David, L., Tozser, A., Kovacs, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., Katona, P. & Vasvari, M. (2015). Basis of Heritagization and Cultural Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188: 307-315.
- Cabbarov, A. (2015). *Turizmin Ekonomik Esasları*. ADPU Yayınları, Bakü.
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*, 10, 201-212.
- Cuff, D. J. (2002). Global warming. In: Goudie AS, Couff DJ (eds) *Encyclopedia of global change. Environmental change and human society, vol 1*. Oxford University Press, Oxford.
- Çatır, O. (2017). Savaş Alanı Turizmi: Bir Literatür Taraması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 21-31.
- Çelik, A. (2017). Hüzün Turizmi Üzerine Bir Derleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 41-55.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor Dergisi*, 22(87), 181-190.
- Çetinkaya, A. (1998). *Alternatif Turizm Türlerinin Safranbolu’da Uygulanabilirliği*. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Çetintaş, H. & Bektaş, Ç. (2008). Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 37-44.
- Çimen, H. (2020). Hüzün Turizminin Tercih Edilmesinde Temel Motivasyonların Kavramsal İncelenmesi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 47, 386- 393.
- Çoban, O. & Özcan, C. C. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Journal of Yasar University*, 3(12): 1827-1852.
- Dinçer, E. (2019). *Kongre Turizminde Katılımcı Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Dinçer, M. (2002). Turkish Expo 2002 Bakü ile İhracata Taze Kan. www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm

- Ege, Z. (1996). Bir Rekreasyon Türü Olarak Av Turizmi ve Türkiye’de Av Turizminin Geliştirilmesi ile İlgili Bir Model Önerisi. (Doktora Tezi, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Ekiz, E.H. & Köker, N.E. (2010). Şikâyetin Kısıtlayıcı faktörleri: turistlerin belirgin şikâyet etme davranışları. *Journal of Yaşar University*, 17(5), 2859-2873.
- Emekli, G. (2002). Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Termal Turizm Örneği ve İzmir, 3. *Ulusal Turizm Sempozyumu, İzmir*.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15: 51-59.
- Erdoğan, C. (2006). *İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Erdoğan, H. (1995). *Uluslararası Turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Ertürk, M. (2018). Kıbrıs Türk Millî Mücadele Dönemi’nden Miras: KKTC’nin Hüzün Turizmi Potansiyeli. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 57-73.
- Eser, S., Dalgın, T. & Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Fataliyev, T. (2022). *Turizmin Ekonomik Büyümede Etkisi: Azerbaycan Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *ECTJ*, 30(4), 233-252.
- Guliyev, S. & Nuriyeva, K. (2017). Understanding The Opportunities Of Adventure Tourism. *Available at SSRN 2972594*.
- Guliyeva, V. (2012). Azerbaycan Mimarlığının Şah Eserlerinin Durumu. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, Sayı: 1/4.
- Gül, İ., Kızılırmak, İ., Güler, E. & Yardı, Z. (2017). Fuar Turizmi Kapsamında Oyun Fuarları: Gaming İstanbul Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 101-120.
- Gülçubuk, A. (2008). Müşteri bağlılığı yaratmada fiyat politikasının önemi ve uygulanan fiyatlandırma yöntemlerinin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(1), 15-26.
- Güncü, A. & Güneş, E. (2017). 1939 Depremi ile Afet Yeri Olan Erzincan’ın Hüzün Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Studies*, 12(29), 251- 270.
- Güven, Ö. Z. & Ceylan, T. (2019). Fuarların Uluslararası Pazarlar Açısından Önemi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 3(3), 277-294.

- Güzel, F. Ö. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87- 100.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm Pazarlaması*. Vipaş A.Ş. Bursa.
- Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2008). *Turizmin Çeşitlendirilmesi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hamzaoglu, M. (2009). Turizm Hizmetleri Alanındaki Başlıca Sorunlar. *Halk Cephesi*.
- Han, X. & Fang, B. (1997). Measuring the size of tourism and its impact in an economy. *Statistical Journal of The United Nations Economic Commission For Europe*, 14(4), 357-379.
- Hayta, A. B. (2008). Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1): 31-48.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm BESYO Spor ve Turizm, Spor Turizmi, Turizm Kaynakları Dersi İçin*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Heper, F. Ö. (2015). *Kongre Turizmi Açısından İstanbul İli'nin Uluslararası Rekabetçilik Analizi*. (Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Herrero, L.C., Sanz, J.A., Devesa, M., Bedate, A. & Del Barrio, M.J. (2006). The economic impact of cultural events: a case-study of Salamanca 2002, European capital of culture. *European Urban and Regional Studies*, 13 (1), 41-57.
- Heydarov, P. (2016). *Azerbaycan-Naftalan bölgesinin sağlık turizmi açısından elmas modeliyle incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Hussein, A.T. & Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi – Geleceği*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Hüseynov, İ. & Efendiyeva, N. (2007). *Turizmin Esasları*. Azerbaycan Respublikası Tehsil Nazirliyi Azerbaycan Dövlət Medeniyyət və İncəsənət Universiteti.
- Ismayılova, E. (2017). *Tarih ve kültür turizmi*. Seda Yayınevi, Bakü.
- Işkın, M. (2020). *Bir Destinasyonun Gastronomi Turizmine Uygunluğunun Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Araştırma*. (Doktora Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü)
- İbragimov, M. (2001). *Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Kış Turizmi ve Almatı Çimbulak – Medeu Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- İbret, Ü., Aydınöz, D. & Uğurlu, M. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.

- İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- İlkin, A. & Dinçer, M. Z. (1991). *Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar – Çözüm Önerileri Dizisi (2)*. TOBB Yayını No 217, Ankara.
- İsmayilova, N. (2018). *Azerbaycan'da Medikal Turizmin Organizasyonu ve Gelişimi*. (Yüksek Lisans Tezi, Azerbaycan Devlet Ekonomi Üniversitesi)
- Jenkins, C.L. (1991). Tourism policies in developing countries In Medlik, S. (Ed.). *Managing Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 269-278.
- Kaçar, E. (2013). *Fuar İşletmeciliğinin Turizm Üzerine Etkileri ve Bir Model Önerisi*. (Yüksek Lisans Tezi Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kahraman, N. & Türkay, O. (2009). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karaman, A. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve. Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım. 19. *Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul*, 102.
- Karapınar, E. & Barakazı, M. (2017). Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Göbeklitepe Ören Yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 8.
- Kargiglioğlu, Ş. (2015). *Gaziantep'te Gastronomi Turizmi: Gaziantep'i Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Karimov, R. (2020). Assessment of sustainability of demographic development in mountain areas (on the example of Upland Shirvan economic region). *Geography and Natural Resources*, No. 1 (11).
- Kasimoglu, M. & Aydin, H. (2012). Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives. *InTech*, 404. *BoD-Books on Demand*.
- Kaya, M. C. & Batman, O. (2016). Sakarya'nın Kongre Turizmi Pazarı Arz Analizi: Yerel Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 4(1), 79-97.
- Keleş, A. (2020). Covid 19 pandemisinin kültür turizmi bağlamında müze ve ören yerlerine etkisi. *Multidisipliner Turizm Çalışmaları*, 42.
- Khalilova, K. (2008). *Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kınacı, B., Pehlivan, N.A. & Seyhan, G. (2011). *Turizm ve çevre (çevre koruma)*. Ankara: Pegem Akademi.

- Kızılgeçi, Ç. (2019). *Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Ürünü Olarak Değerlendirilmesi: Mardin İlinde Bulunan İşletmelere Yönelik Bir Uygulama*. (Doktora Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kızılırmak, İ. & Kurtuldu, H. (2005). Kültür Turizminin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi*.
- Kocapınar, S. (2015). Turizm nedir? www.turaturizm.net (Son erişim tarihi: 10 nisan 2023).
- Koçman, A. (1994). *Azerbaycan Coğrafyası*. Ege üniversitesi edebiyat fakültesi yayınları.
- Koyunoğlu, S. (2003). *Turist Sağlığı Turist Sigortası ve Tüketicinin Korunması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2010). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan, M. & Kozak, M. (2000). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar, Geliştirilmiş 4. Baskı*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler - Kavramlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N., Kozak, M.A. & Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A. & Kozak, M. (2019). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köleoğlu, N. (2018). Hüzün Turizmi ve Gelibolu Tarihi Alan Bölgesinde Yaşayan Yerel Halk Üzerindeki Etkisinin Kümeleme Analizi ile Modellenmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 144-153.
- Kulu, O. (1994). *Turizmde Arz Kaynaklarının Çeşitlendirmesi ve Ege Bölgesinde Alternatif Turizm Potansiyeli*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kurnaz, H. A. (2019). Hüzün Turizmi Kapsamında “Korku Evleri” Üzerine Bir Araştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(17), 234-248.
- Kurnaz, H. A. & Kılıç, B. (2016). İtici ve Çekici Faktörlerin Hüzün Turizmi Destinasyonlarında Memnuniyet ve Sadakate Etkisi: Çanakkale Örneği. *ÇKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 139-164.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Ekin Yayınevi, Ankara.
- Maharramova, T. (2017). *Dünya Müzelerindeki İncilerimiz*. Kaspi Yayınları.

- Mammadov, A. (2020). *Azerbaycan'ın Kuzeybatı Bölgesi'nin (Şeki Bölgesi) Turizm Arz Olanakları ve Yerel Halkın Turizme Bakışı*. (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Marshall, C. & Rossman, G. (2016). *Designing qualitative research (6th ed.)*. Los Angeles, CA, Sage.
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design: An interactive approach* (Çev. M. Çevikbaş). (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Memmedov, C. & Rahimov, S. (2000). Turizm ve Onunla Elageli Sahelerde İşledilen Termin ve Anlayışların İzahlı Lüğeti. Bakü.
- Merriam, S.B. (2018). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (Çev. Selahattin Turan). Ankara, Nobel Yayınevi.
- Mirzazade, R. (2002). Dvoretz Şirvanşahov. *Azerbaijan Review Dergisi, GSTB*.
- Moloğlu, V. (2015). Yükselen Bir Değer Olan Medikal Turizmin; Türkiye Ekonomisine Katkısı. *International Conference On Eurasian Economies*, 673-680.
- Mursalov, M. (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Muslu, A. (2015). *Türkiye'de Deniz Turizminde Ürün Farklılaştırması ve Kalite Yönetimi*. (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü)
- Mükerremoğlu, M. (2019). Turizm Azerbaycan'da Hızla Gelişiyor. *Halk Gazetesi*.
- Naghiloo, Z., Asgarian, F., Koozechian, H., & Hosseini, S. S. (2011). An analysis of factors influencing sports tourism development in East Azerbaijan Province. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(8), 331-335.
- Növresli, T. (2010). *Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Nuri, H. (2020). *Azerbaycan Turizm Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları Konusunda Çalışanların Algılamaları Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Okuyucu, A. & Erol, F. (2018). Savaş Alanları Turizmine Yönelik Motivasyon, Duygu ve Deneyimler: Metristepe ve İnönü Şehitlikleri-Bozüyük Örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 16 (1), 135-151.
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2013). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9-12 May, Konya.

- Olalı, H. (1963). *Turizm Teorisi ve Politikası*. Endüstri Matbaacılık ve Ticaret, İzmir.
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. Yön Ajans, İstanbul.
- Olalı, H. & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.
- Oral, S. (1988). *Türk Turizm Pazarlamasında Dağıtım – Fiyat Politikaları ve Turist Profili Analizi*. İstiklal Matbaası, İzmir.
- Özbey, F. R. (2002). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması 2002: Birleşmiş Milletler Dünya Eko-turizm Yılı. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 67-84.
- Özer, Ö. & Songur, C. (2012). Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 69-81.
- Özer, R. Ö. (2019). İstanbul Kongre ve Fuar Turizminin İncelenmesi (2000 Yılı Sonrası). (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Özer, Ş. (2010). *Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri ve Nevşehir İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Özmenli, C. (2020). *Ankara İli Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Düzeyinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Öztaş, K. & Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods (3rd Ed.)*. London, Sage.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 32.
- Pınar, İ. & Sarı, F. Ö. (2017). Ege Bölgesi'nde Sürdürülebilir Deniz Turizmine Yönelik Nitel Bir Araştırma ve GZFT Analizi. *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 9(1), 55-72.
- Rahimov, S. (2004). *Turizm ve Gezi Organizasyonu*, Bakü.
- Ramazanlı, A. (2019). *Azerbaycanda turizm sanayisi mahsullerinin yaratılmasının esas problemleri*. UNEC SABAH, Bakü.
- Richards, G. (2000). Cultural tourism: challenges for management and marketing. *Trends in Outdoor Recreation, Leisure And Tourism*, 187-196.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI Publishing, Newyork.

- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism? In A. van Maaen (Eds.) *Erfgoed voor Toerisme*. National Contact Monumenten.
- Richards, G. (2005). Cultural Tourism in Europe. *Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS)*, 1-254.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Rzayeva, S. (2019). *Küreselleşme ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi: Azerbaycan Örneği*. (Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Rzazade, H., Güzel, Ö., & Ehtiyar, R. (2018). Azerbaycan'da İnanç Turizminin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Journal Of Awareness*, 3(5).
- Samancıoğlu, E. (2020). *Fuar-Marka Şehir İlişkisi: İzmir Enternasyonal Fuarı Üzerine Tarihsel Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Seferov, R., & Hesenov, T. (2006). Azerbaycan'ın turizm potansiyeli ve turizm etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (20), 255-272.
- Sel, Z. G., Lale, C. & Aktaş, G. (2016). Karikatüristler Gözüyle Deniz Turizmi: Turizm Karikatürlerinin Göstergebilim Yaklaşımı ile İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 65-88.
- Serçek, Ö. G. & Serçek, S. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizmin yeri ve önemi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 22-40.
- Sevinç, H. & Azgün, S. (2012). Bölgesel Kalkınma ve İnanç Turizmi Bağlamında Akdamar Kilisesi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 17-21.
- Sezgin, O. M. (2001) *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Sigala, M. & Leslie, D. (2005). *International Cultural Tourism*. Elsevier, Oxford.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites. *Tourism Management*, 16(5): 361-365.
- Soltanova, H. (2015). Azerbaycan Cumhuriyetinde Turizm ve Onun Gelişimi. *AzTU yayınları, Bakü*.
- Şahiner, T. (2012). *İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman*. (Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

- Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T. & Işkın, M. (2018). Kongre ve Fuar Organizasyonlarının Turizm Sektörüne Etkileri: Emitt Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(1), 4-20.
- Tağiyev, R. & Necefov, A. (2001). Normativno-Zakonodatelnaya Baza OOPT. *Committee of Experts for the Development of the Pan-Europeran Ecological Network, İstanbul.*
- Tağrikulu, S. (2021). Gobustan milli parkı. <https://www.rehbername.com/kesfet/gobustan-kobustan-milli-parki> (Son erişim tarihi: 14 ağustos 2023)
- Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9): 473-492.
- TCBB, (2019). Azerbaycan'da görülebilecek turistik yerler, <http://www.turkbe.org.az/Turiz.htm> (Son erişim tarihi: 06 haziran 2023).
- Tekeli, H. (2001). *Turizm Pazarlaması ve Planlaması, 1.Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.*
- Timur, A. (1999). *Turistik Ürün Politikaları*. (Yayınlanmamış Doktora Ders Notları, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Timur, A. (1999). *Turistik Ürün Politikaları*. (Yayınlanmamış Doktora Ders Notları, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Toramanlı, A. (2014). *Spor Turizminde Olimpiyat Oyunları ve Spor Turizminin Gelişimine Katkıları*. (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Türk Dil Kurumu, (2022). Çevrimiçi Güncel Türkçe Sözlük.
- Tütüncü, Ö., Kıremiççi, İ. & Çalışkan, U. (2011). Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 91-93.
- Uçkun, S. (2004). İşletme ve İşletme Türleri. *Turizm İşletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul.*
- Uğuz, S. Ç. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 332-353.
- UNWTO. (1995). International Tourism: A Global Perspective. *USA: WTO Education Network.*
- UNWTO. (2017). Definitions committee on tourism and competitiveness. CTC. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsenweb.pdf>.
- UNWTO. (2018). Report on tourism and culture synergies. Madrid: UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- Usta, Ö. (1993). *Turizm. Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.*

- Uygur, A., Göral, R. & Bozkurt, İ. (2015). Muğla İli Milas İlçesinin Kültür Turizmi Açısından İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34: 95- 105.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Ünüsün, Ç. & Sezgin, M. (2007). Turizm pazarlaması. *Konya: Literatürk Yayınları*.
- Vargas-Hernandez, J. G. (2012). Sustainable Cultural and Heritage Tourism in Regional Development of Southern Jalisco. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 8(2/3), 146-161.
- Williams N. L., Guliyeva G., & Hashimova U. (2004). Sustainable Ecotourism and the National Park System in Azerbaijan.
- WTO. (1998). International Tourist Arrival by Country of Destination.
- WTTC. (2019). The Authority On World Travel & Tourism World Travel & Tourism Council. *The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London SE1 0HR, United Kingdom*.
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm ekonomisi*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Yangibayev, A. (2011). *Global finansal krizlerin turizm pazarlamasına etkileri: Türkiye örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Z. & Çekiç, S. (2015). Sport Tourism and its History and Contribution of Olympic Games to Touristic Promotion. *International Journal of Science Culture and Sport*, 4: 326-337.
- Yüncü, D. K. & Kozak, N. (2010). Türk Akademisyenlerin Kongre Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1),109-120.
- Zeynallı, Y. (1998). *Azerbaycan Turistik Sisteminin Yönetimi ve İşleyişinin İktisadi - Coğrafi Problemleri*. Azerbaycan Elmler Akademiyası Coğrafya İnstitutu Neşriyatı, Bakü.

EKLER

EK A. Görüşme Formu

EK B. Etik Kurul Onay Belgesi



EK A. Görüşme Formu

Bu görüşme, Bakü'deki kültür turizminin mevcut durumu ve potansiyelinin belirlenmesi amacıyla hazırlanmakta olan yüksek lisans tez çalışması çerçevesinde yapılmaktadır. Bu bağlamda aşağıda size yöneltilen soruları gönüllülük esasına dayanarak görüşlerinizi ve düşüncelerinizi bizimle paylaşmanızı rica ediyoruz. Elde edilecek bilgiler, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup, kimlik bilgileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır. İşbirliğiniz ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

1. Turizm sektörünün, Bakü için önemini değerlendirir misiniz?
2. Bakü'de hangi turizm türleri geliştirilebilir?
3. Bakü'nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar/imkanlar nelerdir?
4. Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda engeller var mıdır? Varsa nelerdir?
5. Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller/görevler nelerdir?
6. Bakü'de kültür turizmin geleceğini nasıl görüyorsunuz ve bu turizm türünün geliştirilmesi için neler önerirsiniz?
7. Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesi bölgeye ne tür yararlar sağlayabilir?

EK B. Etik Kurul Onay Belgesi



**T.C.
ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
TOPLANTI KARARLARI**

TOPLANTI TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR NO
24.10.2022	122	06

6. Üniversitemiz Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ'ın ''Azerbaycan'ın Kültür Turizmi Bağlamında Arz Olanaklarının İncelenmesi'' isimli bilimsel araştırma ile ilgili etik kurul izni talebi.

Dr. Öğr. Üyesi Derya TOKSÖZ KILIÇ'ın 20.10.2022 tarih ve E.61447 sayılı dilekçesi ve eklerinin incelenmesi sonucunda; bilimsel araştırmanın ekteki şekliyle yapılabilmesi için gerekli iznin verilmesinin uygunluğuna,

Oy birliği ile karar verildi

İmza
Prof. Dr. Mustafa AVCI
(Kurul Başkanı)

İmza
Prof. Dr. Murat ÖZTÜRK
(Üye)

İmza
Prof. Dr. Mahmut DEMİR
(Üye)

İmza
Prof. Dr. Yaşar
KARAKURT
(Üye)

İmza
Doç. Dr. Nurdan KUŞAT
(Üye)

İmza
Doç. Dr. Nesrin
ŞALVARCI
TÜRELİ
(Üye)

İmza
Doç. Dr. Ö. Kürşad
TÜFEKÇİ
(Üye)

İmza
Ufuk MÜLAYİM
Hukuk Müşaviri V.
(Kurul Sekreteryası)