KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ

KANDIRA TURİZM MASTER PLANI

2015-2023

Araştırma Ekibi

ME-KA AR-GE ÖZEL EĞİTİM DANIŞMANLIK VE YAZILIM GELİŞTİRME LTD. ŞTİ.

Doç. Dr. Mehmet KAŞLI

Doç. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN

Aykut EKİCİ

Kapak Tasarım

ACT Reklam

Tuğçe TEMİRCAN

Kandıra 2014

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKSAV	Antalya Kültür Sanat Vakfı
AOTML	Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi
ÇPL	Çok Programlı Lise
ÇŞB	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
ÇŞİM	Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü
DAKAP	Doğu Anadolu Kalkınma Programı
EMITT	Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm ve Seyahat Fuarı
EO	Eczacılar Odası
ERDF	Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu
ETKB	Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığı
ETKİM	Enerji ve Tabi Kaynaklar İl Müdürlüğü
GSB	Gençlik ve Spor Bakanlığı
GSM	Gayri Sıhhi Müessesesi
GYTMP	Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı
HEM	Halk Eğitim Merkezi
ICCA	Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KB	Kandıra Belediyesi
KBB	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
KK	Kandıra Kaymakamlığı

KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KTİM	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
KÜ	Kocaeli Üniversitesi
KV	Kocaeli Valiliği
MARKA	Doğu Marmara Kalkınma Ajansı
MEM	Milli Eğitim Müdürlüğü
MYO	Meslek Yüksekokulu
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
OSİM	Orman ve Su İşleri Müdürlüğü
SB	Sağlık Bakanlığı
SİM	Sağlık İl Müdürlüğü
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SWOT	Güçlü, Zayıf, Fırsatlar, Tehditler
TEMA	Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
TSO	Ticaret ve Sanayi Odası
TUBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜSSİDE	Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü
UDHB	Ulaştırma Bakanlığı
UDHİM	Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme İl Müdürlüğü
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
WWF	Doğal Hayatı Koruma Derneği

SUNUŞ

Belediyeler, kamu kaynaklarını etkin kullanması gereken ve işlerin tek seferde ve doğru yapıldığı kurumlar olmalıdır. Çalışmaların belli bir plan içinde yapılması, etkili ve verimli sonuçlar alma imkânı doğurmaktadır. Belediye olarak artık faaliyetlerin orta ve uzun dönemi göz önünde bulundurarak, planlama yaparak ve geliştirilen planları belli bir süre gözden geçirip tekrar iyileştirmeler yaparak sürdüren bir kurum olmayı amaçlamaktayız. Plana dayalı uygulamaların Kandıra için yeni kazanımlar ve yeni fırsatlar doğuracağını düşünüyoruz.

Elinizdeki plan, bu çerçevede hazırlanmış olan bir belgedir. Kandıra ilçemiz, hali hazırda tarım ve hayvancılık öncelikli olmak üzere turizm sektöründe de yoğun hizmet veren bir ilçededir. Karadeniz Sahil Yolu projesinin hayata geçmesi ile birlikte, ilçemiz açısından turizmin, öncelikli sektör olacağı değerlendirilmektedir. 2006 yılında Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilen kıyı bölgelerinin, büyük bir hızla gelişeceği görülmektedir. Bu hızlı gelişimin sağlıklı bir şekilde planlanması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için yapılan bu turizm master planına, birçok kurum ve kuruluş katkı vermiştir. Bu çalışma, belediye olarak verilecek hizmetlerde vatandaşlarının memnuniyetini ön plana alan, vatandaş odaklı çalışan ve kararlarını tüm paydaşların düşüncelerini alarak uygulayan bir kurum olmanın ilk aşamalarından biridir. Kandıra'ya hizmet vermek adına parti ayrımı yapmadan tüm eski belediye başkanlarının, sivil toplum kuruluşlarının, turizm işletmelerinin ve turistlerin görüşleri alınmış ve yol haritası buna göre şekillendirilmiştir. Katkı veren tüm kanaat önderlerine, işletme sahip ve yöneticilerine, sivil toplum kuruluşlarının değerli yöneticilerine, misafirimiz olan turistlere teşekkürlerimi sunuyorum. Planın hazırlığı aşamasında yürüttüğümüz bu işbirliğinin, planın uygulanması aşamasında da artırılarak sürdürüleceğini belirtmek isterim. 2014-2023 yıllarını kapsayacak olan Turizm Master Planı, başta Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve Kandıra Kaymakamlığı olmak üzere birçok kuruluşun, işletmecilerin ve yerel halkın işbirliği ile uygulanacaktır. Bu çerçevede her kurumun kendine düşen görevi içtenlikle yerine getireceğinden şüphem yoktur.

Bu plan ile öncelikler belirlenmiş ve on yıl içinde varılmak istenen hedefler somut bir şekilde ortaya konmuştur. Bundan sonra bize düşen görev, bu hedefleri gerçekleştirmek için canla başla çalışmaktır. Kandıra, güzide bir şehirdir. Bu şehrin sorunlarını ancak planlı ve programlı çalışmalarla çözebiliriz. Kişisel tercihlerimiz ve beklentilerimiz, toplumsal önceliklerin önüne geçemez ve geçmeyecektir. Bu açıdan bu plan, hepimizi disipline edecektir. Bu planla Kandıra Turizmi ile ilgili konularda, daha rasyonel ve gerçekçi kararlar verebilme imkanına kavuşmuş olacağız.

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'na sunulmak üzere bu master plan projesini hazırlayan Kandıra Kaymakamlığı personeline ve çalışmalar sırasında desteklerini yanında hissettiğimiz Kandıra Kaymakamı sayın Oktay Erdoğan'a, kıyı bölgelerimizin çehresinin değişmesine ve hizmetlerin gelişmesine büyük katkı veren Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı sayın İbrahim Karaosmanoğlu ve Büyükşehir Belediyesi çalışanlarına, plan ile ilgili çalışmalara finansal destek sağlayan Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'na, danışmanlara ve emeği geçen arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum. Kandıra Turizm Master Planı'nın hazırlanmasında emeği geçen arkadaşlarımı bu başarılı çalışmaları nedeniyle kutluyor ve bu yöndeki başarılı çalışmalarının devam etmesini diliyorum.

Ünal KÖKEN

Kandıra Kıyı Bandı Kültür ve Turizm
Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği Başkanı

ÖNSÖZ

Kocaeli Kandıra Kıyı Bandı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği Başkanlığı'nca hazırlanan, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı tarafından 2014 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı çerçevesinde desteklenen TR42/14/DFD/0014 referans numaralı Kandıra Turizm Master Planı Projesi kapsamında hazırlan bu kitap, literatür taraması ve alan araştırmalarıyla toplanan verilerden bir seçkidir. Hazırlanan bu kitabın Kandıra'da turizmin sağlıklı gelişimine, turizmin tüm yıla yayılmasının sağlanmasına ve turizmden elde edilen gelirin artırılmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Kandıra Turizm Master Planı çalışmaları kapsamında öncelikle literatür taraması yapılmış ve saha araştırması çalışmaları planlanmıştır. Saha araştırmaları kapsamında veriler, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleriyle yapılan görüşmeler ve uygulanan anketlerden elde edilmiştir. Saha çalışmaları kapsamında Kandıra merkez, Kerpe, Kumcağız, Kovanağzı, Cebeci, Dikili, Babalı, Seyrek ve Bağırganlı'da konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Bu bölgelerde 32 konaklama işletmesi ve 18 yiyecek-içecek işletmesi ile görüşülmüş ve anketler uygulanmıştır. Kandıra'yı ziyaret eden turistlerin görüşlerinin alınması amacıyla da Kerpe'de 45, Kefken'de 15 ve Cebeci'de de 15 turistle yüzyüze görüşülerek anketler yardımıyla veriler toplanmıştır. Bunun yanında Kandıra Kaymakamlığı, Kandıra Belediyesi ve ilçedeki turizm dernekleriyle de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Saha çalışmalarının son aşamasında, ilçedeki 15 kanaat önderi (eski belediye başkanları, işadamları) ziyaret edilmiş ve Kandıra turizmi ile ilgili değerlendirmeleri alınmıştır. Ziyaret gerçekleştirdiğimiz işletmeler, kanaat önderleri ve sivil toplum kuruluşları misafirperverliklerini esirgemediler. Çaylarına katık ettikleri sohbetlerinde bizlere Kandıra Turizminin geçmişini, yaşanan sorunları, beklentilerini ve önerilerini samimiyetle paylaştılar.

Yılmadan, yorulmadan, heyecanımızı kaybetmeden sürdürdüğümüz bu çalışmanın ortaya çıkmasında pek çok kişi ve kuruluşun katkısı bulunmaktadır. Proje çalışmalarına finansal destek sağlayan Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'na, projenin sağlıklı bir şekilde yürümesine yardımcı olan Kandıra Kaymakamlığı ve Kandıra Belediyesi çalışanlarına, bizlere rehberlik eden Kandıralı kardeşlerimize, işletmecilere, sivil toplum kuruluşlarına ve kanaat önderlerine teşekkürlerimizi sunuyor ve Kandıra'nın, Cumhuriyet'in 100. Yılında Türkiye'nin önde gelen turizm şehirlerinden biri olmasını temenni ediyoruz.

Doç. Dr. Mehmet KAŞLI

Doç. Dr. M. Oğuzhan İLBAN

ÇALIŞMANIN AMACI

Kandıra ilçesindeki mevcut turizm verileri, ilçedeki geceleme ortalamasının 1,3 gece olduğunu ortaya koymaktadır. İlçedeki konaklama tesislerinin sayısı ve niteliği ise nitelikli ve gelir durumu yüksek turistleri ağırlayabilme kalitesinden yoksundur. Kandıra kıyı bölgelerinin günübirlik olarak gezilmesi, çok önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bu çalışma ile Kandıra ilçesinde mevcut turizm arz ve talebinin bir değerlendirmesini yaparak, durumu ortaya koyacak bir doküman hazırlanması amaçlanmaktadır. Hazırlanacak olan bu çalışma ile "Kandıra ekonomisinin güçlendirilmesinde stratejik öneme sahip turizm alanında kapasite geliştirmeye yönelik araştırma faaliyetleri yaparak, Kandıra turizm gelirlerini artmasına katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Başarılmak istenen diğer amaçları ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Kandıra'da turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesini sağlamak
- Kandıra turizm gelirlerini artmasına katkı sağlamak
- Turizm faaliyetlerinin tüm yıla ve ilçe geneline yayılmasını sağlamak
- Doğal kaynakları riske atmadan, temiz yaşam alanlarını tahrip etmeden, zengin kültürel mirasını ve insani değerlerini geleceğe taşıyarak turizm gelişimini sağlamak

Tabii ki sadece bu çalışma ile bu hedefin başarılması mümkün değildir. Kurumların işbirliği ile master plan dahilinde daha birçok çalışmanın yapılması gerekmektedir.

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR 6
SUNUŞ 8
ÖNSÖZ 9
ÇALIŞMANIN AMACI 10
İÇİNDEKİLER 11
TABLOLAR, GRAFİKLER, HARİTALAR VE ŞEKİLLER LİSTESİ 14
1. TURİZM EĞİLİMLERİ 16
1.1 DÜNYADA TURİZMİN MEVCUT DURUMU 16
1.2 DÜNYADA TURİZM EĞİLİMLERİ VE TAHMİNLER 28
1.3 DÜNYADA ÖN PLANA ÇIKAN TURİZM TÜRLERİ 31
1.3.1 Sağlık turizmi 31
1.3.2 Kongre Turizmi 36
1.3.3 Kültür Turizmi 38
1.3.4 Kırsal Turizm 41
1.3.5 Sualtı Dalış Turizmi 50
1.3.6 İnanç Turizmi 51
1.3.7 Etkinlik Turizmi 53
1.3.8 Gastronomi Turizmi 55
1.4 GÜNEY AVRUPA/AKDENİZ ÇANAĞINDA TURİZMİN MEVCUT DURUMU 57
1.5 TÜRKİYE'DE TURİZMİN MEVCUT DURUMU 60
1.5.1 Turizm Sektöründeki Kurum ve Kuruluşlar 60
1.5.2 Türkiye Turizm Sektöründe Arz Yapısı 61
1.5.2.1 Türkiye Turizm Sektöründe Konaklama Arz Yapısı 61
1.5.2.2 Türkiye Turizm Sektöründe Yiyecek-İçecek Arzı 65
1.5.2.3 Türkiye Turizm Sektöründe Eğlence Yerleri Arzı 66
1.5.3Türkiye'de Turizmin Mevcut Talep Yapısı 67
1.5.4 Türkiye'de Turizm Eğilimleri ve Tahminler 71
1.5.5 Türkiye'de Öne Çıkan Turizm Türleri 75
1.5.5.1 Sağlık Turizmi 75
1.5.5.2 Yaşlı Turizmi 80
1.5.5.3 Engelli Turizmi 81
1.5.5.4 Kongre Turizmi 81
1.5.5.5 Kültür Turizmi 84
1.5.5.6 Kırsal Turizm 88
1.5.5.7 Sualtı Dalış Turizmi 93
1.5.5.8 İnanç Turizmi 95
1.5.5.9 Etkinlik Turizmi 98
1.5.5.10 Gastronomi Turizmi 101

1.6 KOCAELİ'NDE TURİZMİN MEVCUT DURUMU 107
2. LİTERATÜR TARAMASI VE KANDIRA TURİZM ENVANTERİ 117
2.1 KANDIRA'NIN TARİHİ 118
2.2. KANDIRA'NIN YERLEŞİMİ VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ 124
2.3 KANDIRA'DA TURİZM 126
2.3.1 Doğal Çekicilikler 126
2.3.1.1 Bağırganlı 126
2.3.1.2 Seyrek 127
2.3.1.3 Sarısu 129
2.3.1.4 Kerpe 129
2.3.1.5 Kumcağız (Kurtyeri) 130
2.3.1.6 Kefken 131
2.3.1.7 Cebeci 132
2.3.1.8 Çamkonak (Babalı) 133
2.3.1.9 Sardala Koyu ve Malkaya Adası 134
2.3.1.10 Miço Koyu 134
2.3.1.11 Teksen Gölü 135
2.3.1.12 Kışla Şelalesi 135
2.3.1.13 Ekoturizm Olanakları 135
2.3.1.14 Babalı Mağarası 136
2.3.1.15 Çamkonak Kamış Gölü 137
2.3.2 Kültürel, Sanatsal ve Sportif Çekicilikler 137
2.3.2.1 Akçakoca Anıt Mezarı 138
2.3.2.2 Kandıra Bezi 138
2.3.2.3 Kandıra Belediyesi Geleneksel Kültür Sanat Festivali 139
2.3.2.4 Bağırganlı Köyü Taflan Koyu Geleneksel Kültür, Sanat ve Spor Festivali 139
2.3.2.5 Kocaeli Açıksu Yüzme Şampiyonası 140
2.3.2.6 Kandıra Taşı 140
2.3.3 Gastronomik Çekicilikler 141
2.3.3.1 Kandıra Yoğurdu 141
2.3.3.2 Kandıra Hindisi 141
2.3.3.3 Çorbalar 142
2.3.3.4 Hamur İşleri 142
2.3.3.5 Sebze ve Meyveler 142
2.3.3.6 Tatlılar 143
2.4. KANDIRA TURİZMİNDE YASAL ÇERÇEVE 144
2.4.1 Planların Yapımı ve Onaylanması 144
2.4.2 Arazi Tahsisleri 145
2.4.3 Altyapı Yatırımları 146
2.4.4 Kandıra'da Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler 146

2.4.4.1. Yatırım Teşvikleri 146
2.4.4.2 Bölgesel Teşvik Kalemleri 147
2.4.4.3 Kalkınma Ajansı Destekleri 148
2.4.4.4 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Kapsamındaki Teşvikler 148
2.5 MEVCUT TURİZM YATIRIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 150
2.5.1 Konaklama İşletmeleri 150
2.5.1 Yiyecek-İçecek İşletmeleri 163
2.6 KANDIRA TURİZMİNİN MEVCUT DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ 172
2.6.1 Kanaat Önderlerine Göre Kandıra Turizminin Mevcut Durumu 172
2.6.2 Kandıra Turizm Talebi 174
2.6.3 Kandıra Turizmi'nin Rakip Destinasyonlar Açısından Durumu 185
2.7 KANDIRA TURİZMİ SWOT ANALİZİ 187
3. KANDIRA TURİZMİ İÇİN GELİŞME EĞİLİMLERİ 190
3.1 TURİZM PAZARLAMASI KAPSAMINDAKİ DEĞERLENDİRMELER 190
3.2 KANDIRA TURİZMİ İLE İLGİLİ GELECEK ÖNGÖRÜLERİ 192
3.3 KANDIRA TURİZMİ İÇİN SINIRLILIKLAR 193
4. KANDIRA İLÇESİ TURİZM STRATEJİLERİ 194
4.1 KANDIRA TURİZM VİZYONU VE HEDEFLER 194
4.2 KANDIRA TURİZMİ İÇİN STRATEJİLER 195
4.3 KANDIRA TURİZMİ İÇİN STRATEJİK ÖNCELİKLER VE EYLEMLER 198
5. MEKANSAL PLANLAMA 205
5.1 KANDIRA'DA YAPILABİLEN MEVCUT TURİZM FAALİYETLERİ 205
5.2 KANDIRA'DA GELİŞTİRİLEBİLECEK TURİZM TÜRLERİ 208
KAYNAKÇA 211

TABLOLAR, GRAFİKLER, HARİTALAR VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1. Dünyadaki Başlıca Dinler ve İnanan Sayıları 51
Tablo 2. Turizm Sektöründeki Başlıca Kurum ve Kuruluşlar 60
Tablo 3 Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı ve Kapasitesi 2013 61
Tablo 4. Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Yatak Dağılımı 2013 64
Tablo 5. Turizm Belgeli Yiyecek-İçecek Tesislerinin Sayısı ve Kapasitesi 2013 65
Tablo 6. Turizm Belgeli Eğlence Yerlerinin Sayısı 2013 67
Tablo 7. Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları 70
Tablo 8. Türkiye'de Sağlık Hizmeti Alan Uluslararası Hasta Dağılımı 2012 76
Tablo 9. Türkiye'deki En Büyük Kongre Merkezleri 2013 83
Tablo 10. Dünya Mirası Listesinde Türkiye 85
Tablo 11. Türkiye'de İllere Göre Gastronomi Müzeleri 103
Tablo 12. İllerin Yerel Gastronomi Etkinlikleri 104
Tablo 13. Örnek Yatırım ve Teşvik Tablosu 148
Tablo 14. Yönetici Görüşlerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar 162
Tablo 15. Yönetici Görüşlerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar 171
Tablo 16. Kanaat Önderlerinin Düşüncelerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar 173
Tablo 17. Kandıra Turist Verileri 175
Tablo 18. Turist Düşüncelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar 183
Tablo 19. Kandıra MYO'daki Programlar 184
Tablo 20. Kandıra Turizmine Yönelik SWOT Analizi 187
Tablo 21. Kandıra Örnek Yürüyüş Parkuru 207

Grafik 1. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Sayısal Gelişimi (2000-2013) 17
Grafik 2. Turistlerin Ziyaret Amaçları (%) 20
Grafik 3. Turistlerin Ulaşım Tercihleri 20
Grafik 4. Turist Varışlarındaki İlk 10 Ülke, 2013 24
Grafik 5 Turist Varışlarında İlk On Ülkede Değişim Oranları (%) 2013 24
Grafik 6. Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler (İlk 10) 2013 25
Grafik 7. Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkelerdeki Değişim (İlk 10) 2013 26
Grafik 8. Dünyada En Fazla Turizm Harcaması Yapan Ülkeler (İlk 10) 2013 26
Grafik 9. En Fazla Turizm Harcaması Gerçekleştiren Ülkelerin Payları (İlk 10) 2013 27
Grafik 10. Ülkelerin Yapmış Olduğu Harcamaların Nüfusa Oranı (ilk 10) 2013 27
Grafik 11. 60 Yaş ve Üzerindeki Nüfusun Ülke Nüfuslarına Oranı 35
Grafik 12. Kongrelere Katılan Turistlerin Harcama Dağılımları 36
Grafik 13. Bölgelere Göre Kongrelerin Dağılımı 37
Grafik 14. Ülkelerin Kongre Sayıları 38
Grafik 15. Şehirlerin Kongre Sayıları (İlk 10) 38
Grafik 16. Bölgelere Göre Dünya Mirası Dağılımı 40
Grafik 17. Turizm İşletme Belgeli Otel işletmelerinin Kapasiteleri 2013 62
Grafik 18. Turizm Yatırım Belgeli Otel işletmelerinin Kapasiteleri 2013 63
Grafik 19. Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı 2013 66
Grafik 20. Yıllar İtibariyle Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı 68
Grafik 21. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı 2013 68
Grafik 22. Yıllar İtibariyle Elde Edilen Turizm Gelirleri 69
Grafik 23. Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2009-2013) 70
Grafik 24. Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları 71
Grafik 25. Uluslararası Hastaların İlk 10 İle Göre Dağılımı 77
Grafik 26. Uluslararası Hastaların Geldiği İlk 10 Ülke 2012 78
Grafik 27. Türkiye'de Yapılan Uluslararası Kongre Sayıları ve Küresel Sıra 2013 82
Grafik 28. Müze ve Ören Yerleri Ziyaretçi Sayısı 87
Grafik 29. En Çok Ziyaret Edilen Müze ve Ören Yerleri 87
Grafik 30. İllere Göre Turist ve Müze Ziyaretçi Sayıları 2013 88
Grafik 31. İllere Göre Türkiye'deki Dalış Okulu Sayısı 2014 95
Grafik 32. Dini Nedenlerle Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistler 97
Grafik 33. Anzak Günü Anma Törenlerine Katılan Ziyaretçi Sayıları 99
Grafik 34. Kocaeli'ndeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama İşletmeleri 108
Grafik 35. Turizm İşletme Belgeli Otellerde Kapasite 2014 109

Grafik 36. Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesislerinde Kapasite 2014 109
Grafik 37. Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Kapasite 2014 110
Grafik 38. Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı, 2014 111
Grafik 39. Kocaeli'ndeki Seyahat Acentaları 2014 112
Grafik 40. Kocaeli'ndeki Turistik Talep 112
Grafik 41. Kandıra'daki Konaklama Tesisleri 2014 151
Grafik 42. Kandıra'daki Konaklama Kapasitesi 2014 151
Grafik 43. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmelerinin Bölgelere Göre Dağılımı 152
Grafik 44. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmelerinin Niteliklerine Göre Dağılımı 153
Grafik 45. Görüşme Yapılan Kişilerin Pozisyonlarına Göre Dağılımı 153
Grafik 46. Konaklama İşletmelerinin Aylık Doluluk Oranları 154
Grafik 47. Konaklama İşletmelerinin Kadrolu Personel Sayıları 155
Grafik 48. Konaklama İşletmelerinin Geçici Personel Sayıları 155
Grafik 49. Mevsimlere Göre Açık Tutulan İşletme Sayıları 156
Grafik 50. Konaklama İşletmelerinde Fiyatlar 157
Grafik 51. Konaklama İşletmelerinde Gelirin Mevsimsel Dağılımı 157
Grafik 52. Gelirin Türlere Göre Dağılımı 158
Grafik 53. Turistlerin Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı 159
Grafik 54. Turistlerin Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı 160
Grafik 55. Turistlerin Beraberindeki Kişi Sayıları 160
Grafik 56. Turistlerin Geceleme Süreleri 161
Grafik 57. Turistlerin Kandıra'ya Ulaşmada Kullandıkları Ulaşım Araçları 161
Grafik 58. Kandıra Kıyı Bandı Belediye Belgeli Yiyecek-İçecek İşletmeleri 163
Grafik 59. Kandıra Kıyı Bandından Araştırmaya Katılan Yiyecek-İçecek İşletmeleri 164
Grafik 60. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kapasiteleri 164
Grafik 61. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Aylık Doluluk Oranları 165
Grafik 62. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Ortalama Müşteri Harcamaları 165
Grafik 63. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Kadrolu Personel Sayıları 166
Grafik 64. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Geçici Personel Sayıları 166
Grafik 65. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Gelir Dağılımı 167
Grafik 66. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Müşteri Dağılımı 167
Grafik 67. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Geliri 168
Grafik 68. Yiyecek-İçecek İşletmeleri Gelirlerinin Türe göre Dağılım Yüzdesi 168
Grafik 69. Yiyecek-İçecek İşletmeleri Gelir Miktarının Türe göre Dağılımı 169
Grafik 70. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Açık Tutulduğu Öğünler 169
Grafik 71. Yiyecek-İçecek İşletmesi Müşterilerinin Kullandıkları Ulaşım Araçları 170
Grafik 72. Araştırmaya Katılan Turistlerin Cinsiyete Göre Dağılımı 175
Grafik 73. Araştırmaya Katılan Turistlerin Yaşlara Göre Dağılımı 175
Grafik 74. Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımı 176
Grafik 75. Turistlerin Elde Ettikleri Aylık Gelire Göre Dağılımı 176
Grafik 76. Turistlerin Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı 177
Grafik 77. Turistlerin Kandıra'ya Ulaşım İçin Kullandıkları Ulaşım Araçları 178
Grafik 78. Turistlerin Konakladıkları Yerlerin Dağılımı 178
Grafik 79. Tatile Birlikte Çıkılan Gruplar 179
Grafik 80. Turistlerin Kandıra'yı Tercih Nedenleri 180
Grafik 81. Turistlerin Kandıra'daki Tatil Maliyetinin Uygunluğuna Yönelik Düşünceleri 180
Grafik 82. Yiyecek-İçecek Maliyetine Yönelik Turist Düşünceleri 181
Grafik 83. Turistlerin Kandıra'daki Hediyelik Eşya Maliyetlerine Yönelik Düşünceleri 182

Harita 1. Dünya İnanç Turizmi Haritası 52
Harita 2. Türkiye'de Jeotermal Kaynaklar Haritası 79
Harita 3. Türkiye'de Gastronomi Turizmi Amaçlı Ziyaret Edilen İller 102
Harita 4. Kandıra Haritası 117
Harita 5. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri 146
Harita 6. Kandıra Mevcut Turizm Haritası 205
Harita 7. Gelecek Öngörülü Kandıra Turizm Haritası 208

Şekil 1. Teşvik Sistemi 147

1. TURİZM EĞİLİMLERİ

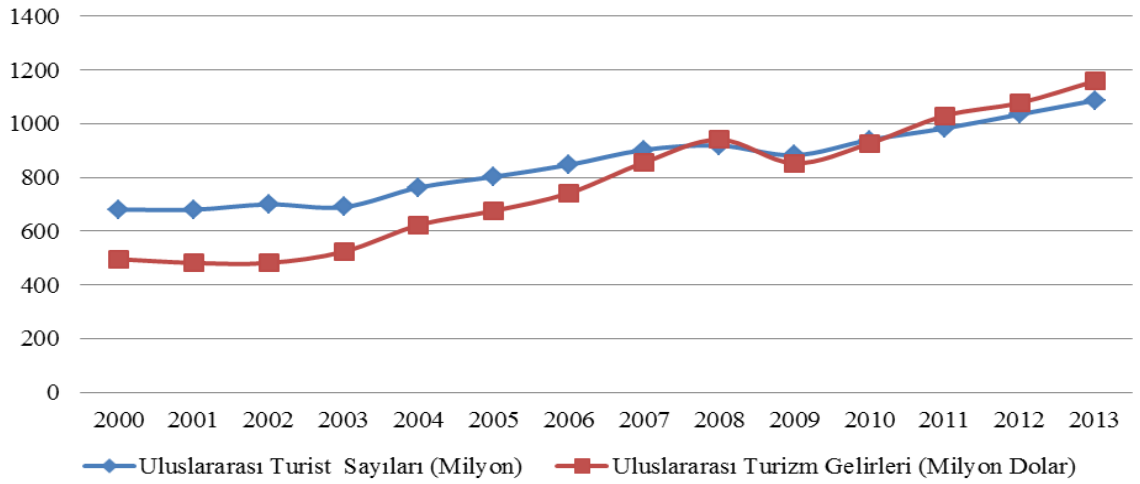
Bu bölümde turizm eğilimleri, Dünyada, Güney Avrupa ve Akdeniz Çanağında, Türkiye'de ve Kocaeli'nde turizmin mevcut durumu ve turizm türleri ele alınmaktadır. Değerlendirmeler, turizmin gelecek yönlü eğilimleri çerçevesinde yapılmış ve sunulmuştur.

1.1 DÜNYADA TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Turizm ile ilgili dünyadaki en önemli kurumlardan biri Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'dür. Bu örgüt, her yıl dünya turizmi ile ilgili istatistikler ve trendlere yönelik kitaplar yayınlamaktadır. Bu yayınlar, tüm turizm otoriteleri açısından en önemli başvuru kaynaklarından biridir. Dolayısı ile turizm sektörünün küresel durumunu değerlendirmek için bu verilere bakmak gerekmektedir. Dünyada petrokimya ve otomotivden sonra üçüncü büyük sektör durumuna gelen uluslararası turizm, geçtiğimiz son yarım yüzyıllık dönemde büyük bir büyüme göstermiştir. Turizm, günümüzde bütün dünya ekonomisinin %9,5'ini oluşturmaktadır. Dünya üstündeki yatırımların %4,4'ü yine turizm amaçlıdır. Ayrıca Dünya ihracatı içerisindeki payı %5,4 olan turizmin dünya ekonomisi içerisindeki ağırlığı bu rakamlarla gösterilebilir (World Travel and Tourism Council, Erişim 2014). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün yaptığı bir araştırmaya göre, 2020 yılında uluslararası turizme katılanların sayısının 1 milyar 400 milyon, 2030 yılında ise 1 milyar 800 milyona ulaşması beklenmektedir (UNWTO, Erişim Tarihi: 15.06 2014), Dünya Turizm Örgütü verilerine 1950-2013 yılları arasında turistik varışlar, 25 milyon kişiden 1 milyar 87 milyon kişiye ulaşmıştır. Uluslararası olarak gerçekleştirilen bu turistik seyahatler nedeniyle ortaya çıkan ticaretin büyüklüğü ise 1 trilyon 159 milyar Dolardır.

1950 yılında dünyada uluslararası turizme katılanların sayısı 25 milyon, turizm gelirleri de yalnızca 2 milyar Dolar iken, 1964 yılında ilk kez turist sayısı 100 milyonu ve turizm gelirleri de 10 milyar Doları aşmıştır. Uluslararası turizm hareketleri 1970'lerde dünya petrol krizine rağmen hızlı bir gelişme göstermiştir. 1970 yılında 165 milyon olan turist sayısı 1979'da 283 milyona ulaşmıştır. 1970-1980 yılları arası uluslararası turizme katılanların sayısı, yılda ortalama % 5,5'lik bir büyüme göstermiştir. Turizm gelirleri ise 1970 yılında 17,9 milyar Dolardan 1980 yılında 103 milyar Dolara çıkmıştır. 1980-1995 arasında ise %4,4'lık bir artış gösteren turist sayısı 1995-2010 yılları arasında da dünya üzerinde yaşanan birçok savaş, terör ve küresel kriz gibi olumsuz gelişmelerden ciddi bir şekilde etkilenmeyerek %3,9 oranında bir artış göstermiş ve 2013'te dış turist sayısı 1 milyar 87 milyona ulaşmıştır. Uluslararası turizm hareketlerinin ve gelirlerinin yıllar itibariyle göstermiş olduğu artış eğilimi Grafik 1' de görülmektedir.

Grafik 1. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Sayısal Gelişimi (2000-2013)



Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights 2000, 2006 ve 2013

1970 yılından beri turist akışlarındaki büyük artış "kitle turizmine" atfedilebilir. 1974 ve 1979'daki iki petrol krizi dünyada, özellikle Avrupa'da ekonomik durgunluğa yol açmıştır. Ancak, bu durgunluk uluslararası turizmi derin bir şekilde etkilememiştir. 1980'lerin başında enerji krizi ve petrol fiyatlarındaki artış ve daha sonra Ortadoğu'daki siyasi gelişmeler dünyanın ekonomik yapısında geçici bir durgunluğa yol açmıştır (Brian, 1989). Bu durgunluk 1982 yılında geçici de olsa turizm talebini olumsuz yönde etkilemiştir. 1980'lerin başlarından beri, turizm ve hava taşımacılığıyla ilgili yeni bazı faktörler turizmin gelişmesini etkilemekte ve yönlendirmektedir. Ücretli tatillerin uzaması ve turizm hareketlerinin kalitesinin artması da bütün bunlara katkıda bulunmaktadır.

1983 yılından sonra uluslararası turizmde önemli bir gelişme gözlenmektedir. Ancak, 1986 yılında Çernobil nükleer kazası ve ABD-Libya krizi, Akdeniz havzasındaki uluslararası turizmin gelişme hızında yavaşlamaya yol açmasına rağmen, bir bütün olarak dünya turizmi artış seyrini sürdürmüştür. Dünya turizm hareketlerini azaltıcı en önemli faktörlerden biri, güvenlik unsurudur. Turistik gezi için tasarrufu olan insanları seyahat etmekten vazgeçirecek temel unsur güvenlik faktörüdür. Nitekim 1991 yılında Körfez Savaşı'nın etkisiyle uluslararası turizm hareketlerinde yavaşlama gözlenmiştir. Bu yavaşlama daha çok bölgesel olmuş ve Ortadoğu ve Doğu Akdeniz ülkelerinde turizm hareketlerini etkilemiştir. Dünya üzerinde yaşanan ekonomik, politik ve terör eylemlerinden kaynaklı kriz türleri 21. yüzyıla geldiğimizde de devam etmiştir. Örneğin, özellikle 2001 yılında ABD'deki Dünya Ticaret

Merkezine yapılan, kamuoyunda 11 Eylül ikiz kuleler saldırısı olarak da bilinen, terör eylemi, bir önceki yıla göre uluslararası seyahat eden turist sayısının % 0,14 azalışla 688 milyona gerilemesindeki en önemli unsur olmuştur. Bu oran dünya genelinde çok ciddi bir düşüşe işaret etmese de özellikle ABD'ye yapılan turistik seyahatleri önceki yıla nispeten % 4,6 oranında düşürerek 122 milyona geriletmiştir ki bu sadece bir yılda 6 milyon kadar bir yabancı turist kaybı demektir. Aynı yıl dünya genelinde dış turizm gelirleri ise % 2,5'lik bir azalış ile 475 milyar Dolardan 463 milyara gerilemiştir. 2002 yılında % 3 artışla 709 milyona ulaşan uluslararası turist sayısı, 2003 yılı içinde dünya ekonomisindeki istikrarsızlıklar, uzak doğuyu etkisine alan SARS virüsü ve ABD'nin Irak'a yaptığı müdahale ile % 1,7 azalarak 609 milyon olmuştur. Bu durum uluslararası turizm gelirlerine ilginç bir şekilde yansımıştır. Amerikan Doları temel alınarak değerlendirildiğinde, 2002 yılında 474 milyon olan turizm geliri 2003 yılında 51 milyar Dolar artış göstererek 525 milyar Dolara yükselmiştir. Ancak Euro tabanlı değerlendirildiğinde 2002'de 501 Euro olan gelir 37 milyar Euro azalmayla 2003 yılında 464 milyar Euro olmuştur. Bu durumun en belirgin sebebi ise Amerikan Dolarının Euro karşısında değer kaybetmesinin döviz kurları arasında yarattığı farktır.

2003 yılından 2008 yılına kadar ise turizme olan talepte artış gözlenmiştir. Ancak 2008'de ABD'nin konut sektöründe başlayan kredi krizi önlenemeyerek finansal bir krize dönüşmüş ardından reel sektöre sıçramıştır. Krizin etki alanı ise küreselleşmenin uluslararası boyutları nedeniyle diğer ulusal ekonomileri de olumsuz etkilemiştir. Küresel kriz, turizm sektöründe de istikrarı bozmuştur. 2008 yılında uluslararası turist sayısı 2007 yılındaki varışlara göre 21 milyon artarak 924 milyona ulaşmıştır ve % 2'lik bir artış meydana gelmiştir. 2008 yılının ilk yarısında % 5'lik bir büyüme gösteren uluslararası turist sayısında yılın ikinci yarısında % 1'lik bir düşüş gözlenmiştir. 2009 turizm verileri açıklandığında ise krizin turizm üzerindeki tahribi daha netleşmiştir. 2009 yılında uluslararası turist sayısı 2008 yılına kıyasla % 4'lük bir düşüş ile 882 milyona, turizm gelirleri ise 942 milyar Dolar'dan 852 milyar Dolar'a inmiştir. Bu gerilemeye neden olan diğer etken ise domuz gribi olarak bilinen H1N1 virüsüdür. Özellikle Dünya Sağlık Örgütünün (WHO) 2009 Haziran ayında bu grip türüne bağlı salgınların başladığını duyurması, insan sağlığı üzerine küresel bir güvensizlik ortamı yaratmış ve uluslararası turizm talebindeki kaybı önemli ölçüde arttırmıştır. Yaşanan bu olumsuz gelişmelerin sonuçları turizmin, yalnızca kendine ait iç dinamiklerinden kaynaklanmayan, ortaya çıkan farklı kriz türlerine karşıda duyarlı bir sektör olduğu gerçeğini göstermiştir. 2010 yılı ekonomik belirsizlikler, salgın hastalıklar, sosyal ve politik tedirginliklere rağmen turizm sektörü için beklenenden daha hızlı bir toparlanma yılı olmuş, uluslararası turist sayısı % 7'ye

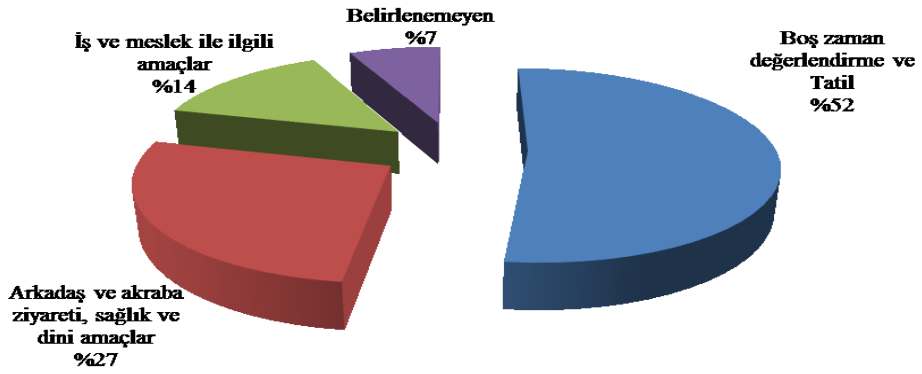
yakın bir oranda artarak 940 milyona ulaşmıştır. Turizm gelirleri ise % 5 oranında büyüyerek 919 milyar Dolara kadar yükselmiştir. 2010 yılında erişilen bu iyimser verilerin sebepleri ise sektör içi fiyat rekabetlerinin artması ile turistlerin kısa süreli ve yakın destinasyonlara seyahat etme eğilimleri olarak gösterilebilir. 2011 yılı bir önceki yıl sağlanan hızlı büyümeyi devam ettirmiştir. Bu yıl içinde uluslararası turist varışları % 4.6 artışla 982 milyona ulaşırken turizm gelirleri ise %3.8 yükselişle 1.30 milyar Dolar seviyelerine çıkmıştır. 2012 ve 2013 yıllarında bu istikrarlı büyüme devam etmiştir. Özellikle bu yıllar içerisinde uluslararası turist varışlarında rakamlar sırasıyla 1.35 milyon, 1.87 milyona ulaşmış olması ve sektörün 2009 yılından sonra her yıl yeni bir rekor kırarak büyümesi uluslararası turizm kuruluşlarına da uzun dönemli hedef tahminleri oluşturma sürecinde cesaret vermiştir. UNWTO' ya göre; eğer turizm sektöründe mevcut gelişme hızı ciddi bir tehdit unsuru ile karşılaşmaz ise 2030 yılında dünya üzerindeki toplam uluslararası turist varışları 1.80 milyonu bulacaktır. Ayrıca bu varışların çoğunluğunun (% 57) gelişmekte olan ülkelere yapılacağı da belirtilmektedir.

Dünya Turizm Örgütü 2013 yılı verilerine göre, turizm amaçlı olarak gerçekleştirilen uluslararası seyahatlerin, özellikle Ağustos ayı başında en yüksek değere ulaştığı görülmektedir (127 milyon). Temmuz ayı Ağustos ayına göre biraz daha zayıf kalmıştır (125 milyon). Birçok Müslüman toplumun Ramazandan dolayı bu dönemde seyahate çıkmadıkları ve bu nedenle 2013 yılı Temmuz ayının biraz daha az turistle yılı kapadığı belirtilmektedir. Şubat ayı, turistik seyahatler açısından en düşük aydır. Mart ayı ile birlikte yükseliş eğilimine giren dünya turizminin Mayıs ayı ile birlikte artış hızını en üst seviyeye çıkmakta ve bu yükseliş Ağustos ayı ortalarına kadar devam etmektedir. Ağustos ayı ile birlikte düşüş başlamakta ve bu düşüş Kasım ayına kadar devam etmektedir. Kasım ve Aralık aylarında ise nispeten küçük de olsa bir artış söz konusudur. Ocak ve Şubat aylarında ise uluslararası turistik seyahatler açısında dip noktaya ulaşılmaktadır. Bu aylardaki ziyaretçi ortalaması, yaklaşık olarak 70 milyon kişidir. Aylar itibarıyla ortaya çıkan uluslararası turizm hareketlerine bakıldığında, dünya genelinde de turizm faaliyetlerinin Türkiye'dekine benzer olarak Mayıs-Ağustos döneminde yoğunlaştığı görülmektedir.

Son yıllarda dünya turizm pazarında önemli niteliksel değişmeler de gözlenmektedir. Turizm hareketleri çeşitlenmekte, kişi başına turizm harcaması artmakta, yeni bölgeler uluslararası turizme açılmakta ve geleneksel bölgeler kendilerini yenilemek ve rekabetçi kılmak için büyük bir çaba göstermektedir. Değişen talep potansiyellerini çekebilmek için bir çok ülke talebe uygun turizm ürünlerinin geliştirilmesine ve rekreasyon aktivitelerinin etkinleştirilmesine çalışmaktadır.

Dünya turizmi ile ilgili istatistiklere bakıldığında, turizm amaçlı yer değiştirmelerin % 52'sinin tatil, boş zaman değerlendirme ve gezi, % 27'sinin arkadaş ve akraba ziyareti, sağlık, din vb. nedenler ve % 14'ünün iş amaçlı olarak yapıldığı gözlenmektedir. Geriye kalan %7'lik kısmın ise hangi amaçla turizme katıldığı belirlenememiştir.

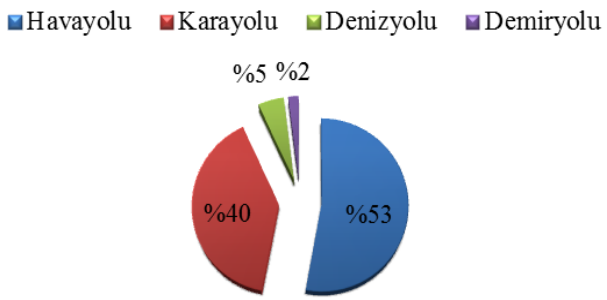
Grafik 2. Turistlerin Ziyaret Amaçları (%)



Kaynak: UNWTO

Turizm faaliyetlerinin en önemli ayaklarından biri olan ulaştırma açısından 2013 yılındaki durum şöyledir: Dünyada gerçekleştirilen uluslararası seyahatlerin %53'ü havayolu ile yapılmıştır. Havayolunu %40 ile karayolu izlemektedir. Denizyolu ile gerçekleştirilen seyahatler %5, demiryolu ile ise %2'dir (UNWTO Highlights, 2014).

Grafik 3. Turistlerin Ulaşım Tercihleri



Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) raporlarına göre, seyahat ve turizm dünyada en fazla iş sahası yaratan sektör durumundadır. 2013 yılında seyahat ve turizmin dünyada doğrudan ve dolaylı olarak 265 milyondan fazla insana istihdam olanağı sağladığı

belirtilmektedir. Dünyada toplam istihdamın % 8.9' unu ve toplam ücretlerin % 10,3'ünü temsil eden bu sektörde 2024 yılına kadar toplam 346 milyon kişinin çalışacağı tahmin edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, dünyada çalışan her on bir kişiden biri bu sektörde çalışmaktadır.

Uluslararası turizm hareketlerinin dünyadaki bölgesel dağılımına bakıldığında, Avrupa ve Kuzey Amerika'nın büyük bir paya sahip olduğu gözlenmektedir. Dünya turizm ve seyahat sektörünün en büyük üreticisi ise Avrupa Birliği ülkeleridir. Gelişmekte olan ülkelere yönelik turizm hareketleri ise küreselleşme sürecinin de etkisiyle hızla artmıştır. Bu süreç içerisinde ülkelerarası sınır formaliteleri azalmış, ulaşım imkanları, kalitesi ve fiyatları daha demokratikleştirilmiş, bilişim teknolojileri ve iletişim dünyasındaki gelişmeler turizm olgusunun da içinde bulunduğu hizmet sektörleri ile uyumlaştırılmış, tanıtım ve reklam gibi unsurlar etkin bir şekilde kullanılarak potansiyel turistler dünya üzerindeki birçok destinasyonun turistik arz kaynaklarından haberdar edilmiştir. Böylelikle gelişmekte olan ülkeler de uluslararası turizm pazarından aldıkları payı her yıl yükseltmişlerdir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2013 verilerine göre, gelişmekte olan ülkeler dünya turist akımının % 46,6'sını almaktadır. Zaten küresel turizm trendleri incelendiğinde turistlerin seyahat tercihlerinin gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru değiştiği gözlenmektedir.

Avrupa, uluslararası turizm hareketlerinin odak noktası olmaktadır. Dünya nüfusunun % 10,6'sına ve milli gelirin % 36'lık bir kısmına sahip Avrupa, dünya turizm gelirlerinin yaklaşık yarısını almaktadır. Bölgesel olarak bakıldığında, Avrupa halen dünyada en fazla turist çeken ve en fazla turist gönderen bölge durumundadır. Avrupa'nın 2013 yılı sonu itibarı ile 563,4 milyon turisti ağırlayarak % 51,8'lik bir pay aldığı görülmektedir. Asya ve Pasifik Bölgesi 248,1 milyon turist ve % 22,8'lik bir pay ile ikinci sırada, 167,9 milyon turist çeken Amerika kıtası % 15,5'lik bir pay ile dünya turizminde üçüncü sırada yer almaktadır. Bunu, % 5.1 ile Ortadoğu ve % 4,7 ile Afrika izlemektedir.

Turist gönderme açısından verilere bakıldığında (2013), en çok turist gönderen bölgenin 565,9 milyon kişi ile (%52,1) Avrupa, 250,3 milyon kişi (%23,0) ile Asya ve Pasifik, 178,1 milyon kişi ile (%16,4) Amerika, 33,4 milyon kişi (%3,1) ile Afrika ve 32,3 milyon kişi ile (%3,0) Ortadoğu Bölgeleri olduğu belirlenmiştir. Çıkış noktası belirlenemeyen turistlerin oranı ise % 2,5'tir. Kendi ülkesinden ayrılan turistlerin %77,7'si (763,8 milyon kişi) yine ülkesinin de içinde bulunduğu bölgeleri ziyaret etmiştir. Başka bölgelere ziyaret gerçekleştirenlerin oranı ise %19,9'dur (195,3 milyon kişi).

UNWTO 2014 verilerine göre, kendi ülkesinden ayrılan turistlerin %77,3'ü (840,2 milyon kişi) yine ülkesinin de içinde bulunduğu bölgeleri ziyaret etmiştir. Başka bölgelere ziyaret gerçekleştirenlerin oranı ise %22,7'dir (219,8 milyon kişi). Veriler, Avrupa'nın hem turistlerin varış noktası olarak hem de turist gönderme açısından ilk sırada bulunduğunu göstermektedir. Bu bağlamda turistik ziyaretlerde, yakınlığın oldukça önemli olduğundan bahsetmek mümkündür.

Bölgelere göre uluslararası turizm gelirlerine bakıldığında turist sayısındaki sıralamaya benzer bir durum ortaya çıkmaktadır. 2013 yılında 489,3 milyar Dolar gelir elde eden Avrupa'nın % 42,2'lik bir payla yine ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bunu % 31,0'lık bir pay ile Asya ve Pasifik ve % 19,8'lik bir pay ile Amerika Bölgesi izlemektedir. Afrika ve Ortadoğu'nun çok zayıf turizm bölgeleri olduğu oranlardan anlaşılmaktadır. Bu bölgeler, dünyanın diğer bölgeleriyle karşılaştırıldığında, turist sayısı ve turizm gelirleri açısından oldukça geridedir. Ortadoğu ülkelerinin birçoğunu etkisi altına alan ve "Arap Baharı" olarak adlandırılan halk hareketlerinin yarattığı iç çatışmalar, bölgede dinsel ve mezhepsel ayrılıklar nedeniyle yaşanan sorunlar, bölgedeki birçok ülke ekonomisinin istikrarlı bir gelişim gösterememesi ve dünyada yaratılan Ortadoğu algısının güvensiz, karmaşık, savaşlar ve terör eylemleri ile özdeşleşmiş olması gibi birçok olumsuz etkenler, bu bölgenin turizm açısından kayda değer gelişim gösterememesine sebep olmuştur. Afrika ülkelerinde ise yeterli altyapı ve üstyapı yoktur. Ayrıca turizmde yeni arz kaynakları yaratmaya ya da var olan bu kaynakları artırmaya yönelik yatırım imkanları da oldukça sınırlıdır. Böylece, turizm sektörü diğer bölgelerdeki ülkelerle rekabette çok yetersiz kalmaktadır.

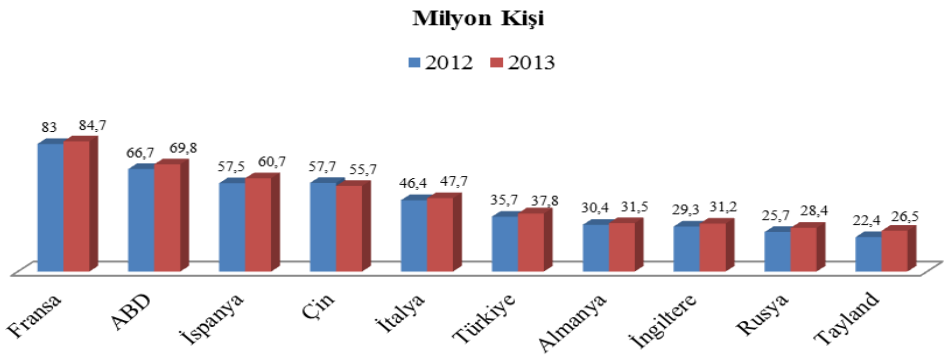
İstatistiklerden Avrupa'nın turizm gelirlerindeki payının turist sayılarına göre % 9,9 daha az olduğu, Amerika'nın payının % 3,4 ve Asya ve Pasifik bölgesinin payının da % 7,0 daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Uluslararası turizm faaliyetlerinin dörtte üçü Avrupa (% 52,1) ile Asya ve Pasifik (% 23,0) vatandaşları tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre dünyada en yüksek turizm harcaması yapan 10 ülkenin büyük bölümü Avrupa'nın ve Kuzey Amerika'nın endüstrileşmiş ülkeleridir. Ancak 2000 yılına kadar, Avrupa ve Kuzey Amerika, birlikte dünya turizminin yaklaşık % 75'inden fazlasını çekmesine rağmen, bu iki bölgenin pazar payları gelişmekte olan ve yeni sanayileşmiş ülkelerin artan pazar payları nedeniyle 1970'li yıllardan beri düşme eğilimi göstermektedir. Nitekim 2005 yılında Asya ve Pasifik bölgesi ile Amerika bölgesine yapılan varışlar

neredeyse dengelenmiş ve 2005 yılı sonrasından günümüze kadar geçen süreçte bu denge Asya ve Pasifik bölgesi lehine değişmiştir. Böylece Asya ve Pasifik bölgesi Avrupa'dan sonra en fazla uluslararası turist çeken destinasyon olmuştur. Turizmde özellikle Avrupa'nın durumu istikrarlı değildir. 1970'den 2013'e kadar Avrupa, dünya turizm pazarında turist sayısı olarak % 19'luk, turizm gelirlerinde de % 20 oranında bir kayba uğramıştır. Buna karşılık Asya ve Pasifik bölgesi ülkeleri aynı dönemde turist sayısında % 19'luk ve turizm gelirlerinde ise % 24'lük bir ilerleme kaydetmiştir. Avrupa'nın dünya turizm gelirlerindeki payı 1995'de % 51'den 2013'de % 42'ye düşmüştür. Aynı dönemde Asya ve Pasifik ülkeleri % 20'den % 31'e yükselen bir büyüme göstermişlerdir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında turizmden bir süre en büyük payı alan Avrupa, dünya turizmindeki çeşitlenmeye bağlı olarak nispî bir gerileme yaşamıştır. Yeni ekonomik merkezlerin (Japonya, Hindistan, Çin ve sanayileşmiş ülkeler) ve yeni turizm merkezlerinin ortaya çıkışı ve ulaşım masraflarının düşmesi rekabeti artırmıştır. Bu eğilim tersine dönmedikçe Avrupa turizm endüstrisinin uluslararası turizm hareketlerinden aldığı pazar payı da azalacaktır. Bu tespiti, UNWTO' nun turizm üzerine yaptığı uzun vadeli tahminleri de haklı çıkarmaktadır. UNWTO'ya göre, 2010 ile 2030 yılları arasında küresel turizm hareketleri dünya genelinde yılda ortalama %3,3 oranında artacaktır. Avrupa ise aynı aralıklarda yıllık ortalama % 2,3'lük bir gelişim sağlayıp, uluslararası turist sayılarındaki lider konumunu korumasına karşın 2010'da % 50 olan pazar payı 2030 yılına gelindiğinde % 9'luk bir azalışla % 41 seviyesine gerileyecektir. Avrupa'dan kopan % 9'luk bu talep ise ağırlıklı olarak Asya ve Pasifik ülkelerine yönelecektir (UNWTO, 2011).

Dünyanın en çok turist ağırlayan ilk 10 ülkesi incelendiğinde iki önemli değişikliğin olduğu görülmektedir. İspanya 2010'da Çine kaptırdığı üçüncülüğü 2013 yılında geri almış, Tayland ise beş basamak birden yükselerek onuncu sıraya yerleşmiştir. UNWTO verilerine göre, 2013 yılına ait Fransa'ya gelen turist sayısı verileri netlik kazanmamış ancak %2.0 artış ve 84.7 milyon turistle ilk sırada olacağı öngörülmektedir.

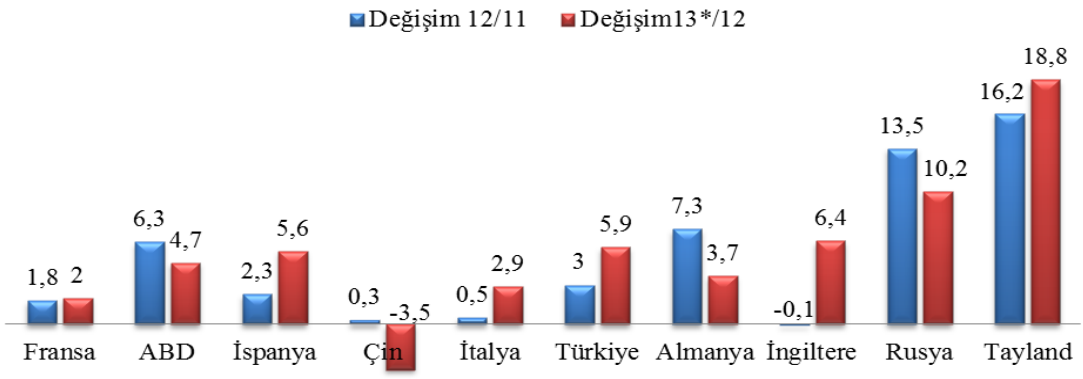
Grafik 4. Turist Varışlarındaki İlk 10 Ülke, 2013



Kaynak: UNWTO

2013 yılında ABD bir önceki yıla göre %4.7 artış ve 69.8 milyon turistle ikinci sırada, İspanya %5.6 artış ve 55.7 milyon turistle üçüncü sırada, Çin 3.5 azalışa rağmen 55.7 milyon turistle dördüncü sırada, İtalya %2.9 artışla 47.7 milyon turistle beşinci sırada, Türkiye %5.9 artışla ve 37.8 milyon turistle altıncı sırada, Almanya %3.7 artışla ve %31.5 milyon turistle yedinci sırada, İngiltere %6.4 artışla ve 31.2 milyon turistle sekizinci sırada, Rusya %10.2 artışla ve 28.4 milyon turistle dokuzuncu sırada ve son olarak en büyük artış oranı %18.8 ile ve 26.5 milyon turistle Tayland onuncu sırada yer almaktadır.

Grafik 5 Turist Varışlarında İlk On Ülkede Değişim Oranları (%) 2013

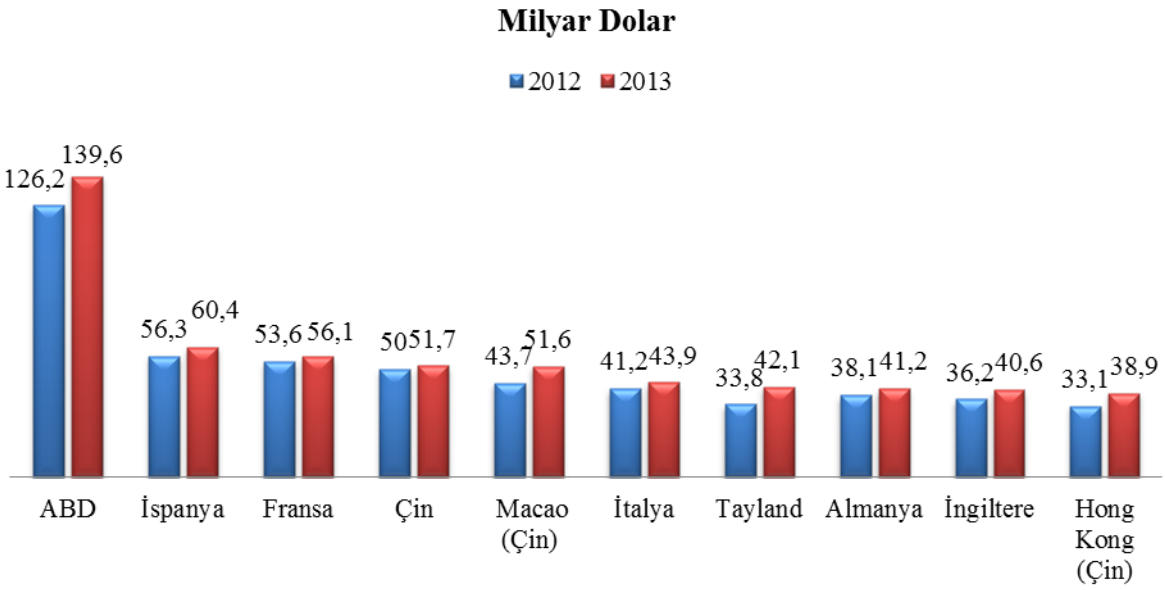


Kaynak: UNWTO

UNWTO'nun en çok turizm geliri elde eden ülke istatistiklerine göre, ilk 10'da gerçekleşen en önemli değişiklik Tayland'ın %24.4 artış ve 42.2 milyar Dolar ile 7. sıraya yükselmesi

olarak gösterilebilir. Grafik 5 ve 6 incelendiğinde, bir önceki yıla göre %10.6 artış ve 139.6 milyar Dolarla ABD ilk sırada yer alırken, İspanya %7.4 artış ve 60.4 milyar Dolarla dünyada ikinci turizm gelirleri açısından Avrupa'da ise ilk sırada yer almaktadır.

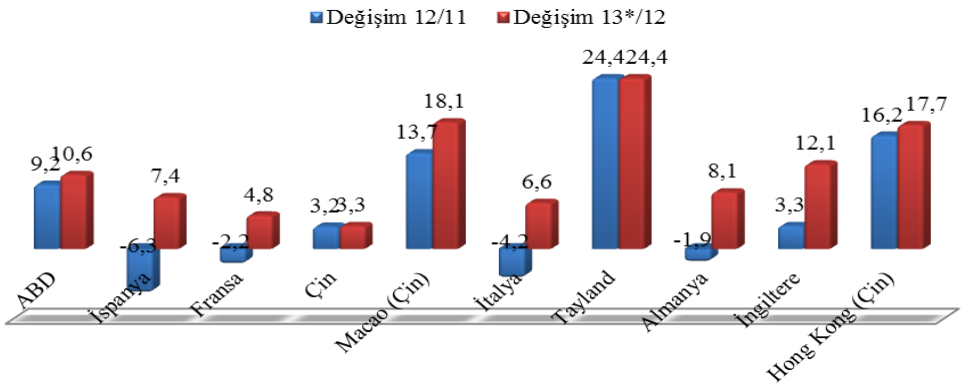
Grafik 6. Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler (İlk 10) 2013



Kaynak: UNWTO

Fransa %4.8 artış ve 56.1 milyar Dolarla üçüncü, Çin %3.3 artış ve 51.7 milyar Dolarla dördüncü, Macao %18.1 artış ve 51.6 milyar Dolarla beşinci, İtalya %6.6 artışla ve 43.9 milyar Dolarla altıncı, Tayland %24.4 artış ve 42.1 milyar Dolarla yedinci, Almanya %8.1 artışla ve 41.2 milyar Dolarla sekizinci, İngiltere %12.1 artış ve 40.6 milyar Dolarla dokuzuncu, Hong Kong %17.7 artış ve 38.9 milyar Dolarla onuncu sırada yer almaktadır. Türkiye ise 25.5 milyar Dolar gelir ile onikinci sırada yer almaktadır.

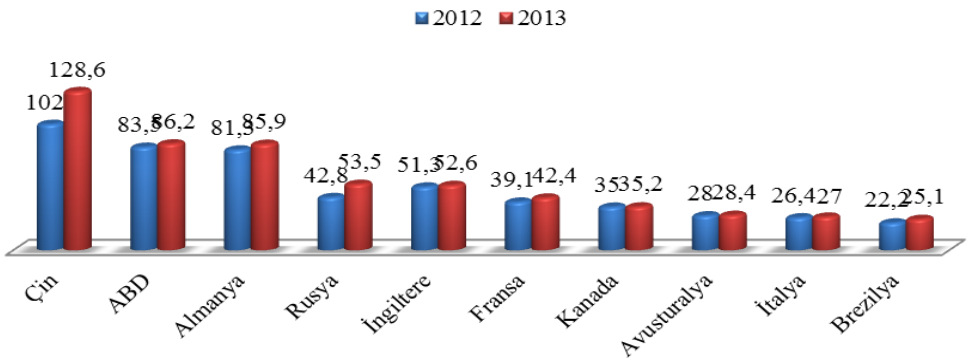
Grafik 7. Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkelerdeki Değişim (İlk 10) 2013



Kaynak: UNWTO

UNWTO verilerine göre Çin 2012 yılındaki liderliğini 2013 yılında da sürdürmüştür. Çin, 2012 yılına göre 2013 yılında 27 milyar Dolar daha fazla harcama yaparak 128.6 milyar Dolar harcama ile ilk sırada yer almaktadır. Çin'de yurtdışı seyahatlere yönelik harcamalardaki artışın, harcanabilir gelirdeki yükselmeler ve yurtdışı seyahatlere yönelik kısıtlamaların azalmasıyla gerçekleştiği, 2000 yılından bu yana Çin'in yurtdışı harcamalarını on kat artırdığını ortaya koymaktadır. 2013'de %7,4 pazar payı ile en fazla harcama gerçekleştiren en büyük ikinci ülke konumunda ABD (86,2 milyar$) ve yine %7,4 Pazar payı ile üçüncü Almanya (85,9 milyar$) ile Çin (%11,1'lik pazar payı) arasındaki farkın 40 milyar Doları bulduğu görülmektedir. Turizm harcamalarının %25,9'unu oluşturan bu üç ülkeyi, 53,5 milyar $ harcama ve %4,6'lık pazar payıyla Rusya takip etmektedir.

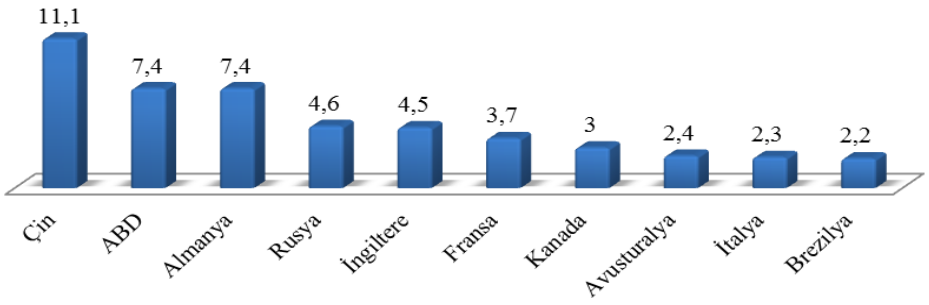
Grafik 8. Dünyada En Fazla Turizm Harcaması Yapan Ülkeler (İlk 10) 2013



Kaynak: UNWTO

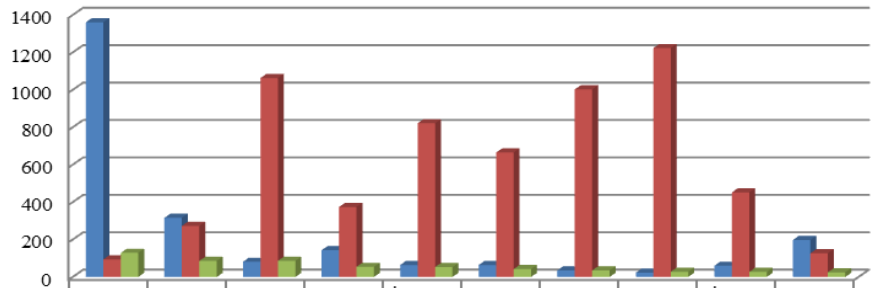
Turizm harcamaları açısından beşinci sırada bir diğer önemli ülke olarak %4,5'lik pazar payı ve 52,6 milyar $ ile İngiltere gösterilmektedir. Dünyada en fazla turist ağırlayan Fransa, %3,7 pazar payı ve 42,4 milyar$ harcama ile altıncı sırada, %3,0 pazar payı ve 35,2 milyar $ harcama ile Kanada yedinci, %2,4 pazar payı ve 28,4 milyar $ ile Avustralya sekizinci, %2,3 pazar payı ve 27 milyar $ harcama ile İtalya dokuzuncu, %2,2 pazar payı ve 25,1 milyar $ harcama ile Brezilya onuncu sırada yer almaktadır. Bu ilk onun altında kalan ancak turizm harcamaları sürekli artan ülkeler ise sırasıyla, Tayvan, Kuveyt, Katar, Ukrayna ve Türkiye'dir.

Grafik 9. En Fazla Turizm Harcaması Gerçekleştiren Ülkelerin Payları (İlk 10) 2013



Ülke nüfusuna göre yapılan harcamaların kişi başı ortalamalarına göre dünyada en fazla harcama yapan ülkeler arasında Avustralya 1.223 $ ile ilk sırada yer almaktadır. 1063$ kişi başı ortalama harcama ile Almanya ikinci, 1.002 $ kişi başı ortalama harcama ile Kanada üçüncü sırada yer almaktadır. Bu üçlüyü, 821 $ ile İngiltere, 665 $ ile Fransa, 452 $ ile İtalya, 374 $ ile Rusya, 273 $ ile ABD, 127 $ ile Brezilya ve 94 $ ile Çin gelmektedir.

Grafik 10. Ülkelerin Yapmış Olduğu Harcamaların Nüfusa Oranı (ilk 10) 2013



	Çin	ABD	Almanya	Rusya	İngiltere	Fransa	Kanada	Avustralya	İtalya	Brezilya
Nüfus (Milyon)	1361	316	81	143	64	64	35	23	60	198
Kişi Başı Harcama ($)	94	273	1063	374	821	665	1002	1223	452	127
Milyar $	129,0	86,0	86,0	54,0	53,0	42,0	35,0	28,0	27,0	25,0

Kaynak: UNWTO

1.2 DÜNYADA TURİZM EĞİLİMLERİ VE TAHMİNLER

1992 yılında gerçekleştirilen Rio Zirvesinden 2002 yılındaki Johannesburg Zirvesine kadar olan süreçte kültürel, toplumsal, ekonomik ve çevresel parametreleri içeren sürdürülebilirlik ilkesinin yaygın olarak kabul görmesi, Birleşmiş Milletler tarafından 2002 yılının Eko-turizm yılı ilan edilmesi, sanayi sonrası toplumların değişen değer yargıları ve tüketim alışkanlıkları yeni turizm eğilimleri konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

Küresel turizm pazarı incelendiğinde;

1. Kitle turizminin ve dolayısıyla kitle yönelimli pazarlama tekniklerinin yerine, kişisel ilgi alanı yönelimli, bireysel pazarlama tekniklerinin ortaya çıkması,

2. Giderek artan sayıda turistin seyahatlerini özel ilgi alanlarına göre planlamaları, tarihi ve kültürel miras ile çeşitli sanatsal ve kültürel aktivitelerin önemli seyahat nedenleri arasında yer alması şeklinde başlıca iki eğilim gözlenmektedir.

Yukarıda belirtilen eğilimler teknolojik gelişmelerle desteklenmekte, böylece daha örgütsüz ve esnek olan alternatif turizm türlerine yönelim güçlenmektedir. Geleneksel turist tipinden farklı olarak ortaya çıkan ve post-turist olarak adlandırılan söz konusu turist tipi, daha deneyimli, daha bilgili, daha bağımsız ve ziyaret ettiği yer konusunda da seçici olmaktadır. Değişen turist profilleri açısından dikkati çeken bir diğer eğilim de sağlıklı ve sürdürülebilir yaşam biçimi ilkesini benimsemiş tüketici hareketidir. Yükselen bu eğilim karşısında çoğu konaklama tesisi çevreye duyarlılığı ve ekolojik sürdürülebilirliği dikkate aldıklarını, Green Key, EU Eco-Label, Gren Globe gibi benzeri programlara dahil olarak kanıtlamaya çalışmakta, yeni turist tipi enerji tüketimini en aza indirecek yöntemleri benimseyen tesisleri tercih etmektedirler. Turizm stratejileri belirlenirken ortaya çıkan bu yeni eğilimlerin dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir.

UNWTO tarafından hazırlanan ve uzun vadeli tahminleri ile sektörel politikaların oluşturulmasında yönlendirici etkisi olan "Tourism Towards 2030" (Turizm Vizyonu 2030) çalışmasında belirtilen hususlar aşağıda yer almaktadır.

• Uluslararası turizm hareketlerindeki büyüme daha küçük oranlarla devam edecektir.

• Seyahat edenlerin sayısında yıllık ortalama 43 milyonluk artış görülecektir.

• 2030 yılı itibariyle uluslararası turizme katılan kişi sayısı 1,8 milyara ulaşacaktır.

• 2015 yılında, gelişmekte olan ekonomilerin turizmden alacakları pay, gelişmiş ekonomilerin payını aşacaktır.

• Artan turizm talebinin büyük bölümü Asya-Pasifik bölgesine yönelecektir.

• Asya-Pasifik bölgesinin yanında Ortadoğu ve Afrika kıtası da dünya turizm pastasındaki payını büyütecektir.

• Kuzeydoğu Asya en çok ziyaret edilen alt bölge olacaktır.

• Avrupa, her 100 kişiye düşen yabancı turist sayısı açısından liderliğini koruyacaktır.

• Seyahat motivasyonu açısından önemli bir değişiklik olmayacak, tatil/dinlence ilk sırayı koruyacak, akraba ziyareti/sağlık ve dini amaçlı ziyaretler ikinci, iş ziyaretleri ise üçüncü sırada yer alacaktır.

• Ulaşım türü açısından havayolu taşımacılığı liderliğini sürdürecek, ancak artış hızı daha düşük düzeylerde kalacaktır.

• Bölgeler arası seyahatler, bölge içi seyahatlere kıyasla daha hızlı bir artış izleyecektir.

• Turist ihraç eden ülkeler bağlamında en hızlı gelişme Asya - Pasifik bölgesinde görülecektir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından hazırlanan Tourism Towards 2030 raporunda ifade edilen gelişmelerin ışığında, önümüzdeki dönemde turizm sektörünü etkileyecek eğilimlerin aşağıdaki gibi olacağı düşünülmektedir:

• Küreselleşme sonucu bireylerin seyahat etmesinin önündeki engeller azalacak, ulaştırma alanındaki serbestleşme sürecek ve böylece, uzun mesafeli ve deniz aşırı seyahatler artarak yeni varış noktaları önem kazanacaktır.

• Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişme devam edecek ve turizm bu gelişmelerden daha çok yararlanacaktır. Varış noktası seçimi ve rezervasyon süreçlerinde elektronik teknoloji artan bir önem kazanacak, pazara ulaşmada ve tercihini belirlemede bireyin daha bilgili hale geleceği ve bilinçli tercih yapacağı bir süreç yaşanacaktır. Seyahat şirketleri ve turizm örgütleri, ürün farkındalığı yaratmak için sosyal medya kanalıyla tanıtıma ağırlık vereceklerdir.

• Bireylerin eğitim ve refah düzeyindeki yükselme artarak devam edecek, deneyimli gezgin grubu büyüyecektir. Turist tercihleri kutuplaşacak, yenilik ve çeşitlilik talebi artacak, konfor ve macera motifleri ağırlıklı olacak, çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışı

yaygınlaşacaktır. Sektörün yeni pazarlarda başarılı olması, ürün ve hizmet niteliklerinde sürekli yenilikleri gerçekleştirme yeteneklerine bağlı olacaktır.

• Ortalama insan ömrünün artmasına ve emeklilik süresinin uzamasına paralel olarak, "üçüncü yaş" denilen 65+ yaş grubu ve bekâr ve çocuksuz çiftler seyahate ve eğlenceye daha fazla kaynak ayıracaklardır (Onuncu Kalkınma Planı, 2014).

Dünyada turizm çeşitliliği açısından eğilimlere bakılacak olursa T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından 2011 yılında hazırlanan bilgilendirme raporunda şu hususlara değinilmiştir;

* Gençlik, sağlık ve termal, golf, gastronomi vb. turizm çeşitlerinin önemi gittikçe artmaktadır.
* Sorumluluk (Responsible) turizmine olan yönelim yükselmektedir.
* 2020 yılına kadar kültür turizminin, uluslararası turizmden daha fazla büyüme kaydedeceği öngörülmektedir.
* "Bilgi Güçtür" yaklaşımı ile eko turizm, macera turizmi, kırsal turizm gibi insanlara dünyanın farklı yerlerinde çeşitli deneyim ve bilgiler sunan turizm çeşitleri güçlenmektedir.

1.3 DÜNYADA ÖN PLANA ÇIKAN TURİZM TÜRLERİ

Çalışmanın bu bölümünde, dünya turizminde turizm eğilimlerine göre ön plana çıkan turizm türlerine kısa kısa değinilecektir. Bu turizm türlerinden sağlık, kongre, tarım, kültür, su altı dalış, gastronomi, inanç ve etkinlik turizmi açıklanmaya çalışılacaktır.

1.3.1 Sağlık turizmi

Sanayileşme ve beraberinde yorucu, sıkıcı ve bunaltıcı kent yaşamı, insan sağlığını tehdit edici boyutlar kazanmış; ruhsal ve bedensel rahatsızlık ve hastalıklara neden olmaya başlamıştır. Tedavi edilmesi gereken bu tıbbi sorunlar karşısında gelişmiş ülkeler deniz ve kaplıca sularından, iklim ve bitki gibi doğal kaynaklardan yararlanmak ve halk sağlığını korumak için çaba harcamaya başlamışlardır. Böylece kür ve tedavi amacıyla deniz, kaplıca, içmece-maden suyu, çamur, iklim, mağara alanları sıklıkla ziyaret edilir hale gelmiş; alt ve üstyapı yatırımları artmaya başlamıştır (Selvi, 2008, 275). Sağlık hizmetlerinin uluslararası düzeyde üretimi, tüketimi ve bu bağlamda hastaların uluslararası düzeyde dolaşımı, tarih boyunca her zaman var olan bir olgu olmuştur. Ancak özellikle son yıllarda ağırlıklı olarak bilgi ve iletişim teknolojisinin kaynaklık ettiği küreselleşme süreci ile birlikte bu dolaşım daha da artmış ve sağlık turizmi etiketi odaklı olarak ciddi bir pazar yaratılmıştır. Türkiye'nin de içinde bulunduğu bazı ülkeler bu artan uluslararası hasta dolaşımı pastasından pay almak için son 15-20 yıldır ciddi girişimlerde bulunmaktadır (Kaya vd., 2013).

Sağlık turizmi kavramının ne olduğuna ilişkin çok çeşitli tanımlar olmakla birlikte, söz konusu tanımların; seyahat amacı ve seyahatin süresi gibi ortak belli başlı unsurları içerdiği belirtilebilir. *Sağlık turizmi*, sağlığın korunması, geliştirilmesi ve hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikâmet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesi ve gidilen yerde en az 24 saat kalınarak sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılması olarak tanımlanabilir. Belirtilen amaçlarla seyahat eden kişiye de "sağlık turisti" denilmektedir.

Sağlık turizmi, turistik ürün çeşitleri arasında sayılan ve esasen sağlık amaçlı yapılan seyahatler olarak bilinmektedir. Meditasyondan saç ektirmeye, estetik operasyonlardan tüp bebek uygulamalarına varıncaya kadar her türlü tıbbi uygulamayı kapsayan sağlık turizminde, otel, tatil köyü, motel, pansiyon, hastaneler gibi konaklama işletmeleri ile kaplıca ve çeşitli kür merkezleri hizmet vermektedirler. Özel ve kamu hastaneleri başta olmak üzere diğer sağlık kuruluşları, çeşitli seçenekler sunarak refakatçiler ile birlikte uluslararası hasta kabul etmekte ve bu şekilde büyüme imkanı bulmaktadırlar. Gelişmiş ülkelerde sağlık harcamalarının artması ve sosyal güvenlik kurumları üzerindeki yükün kurumları zorlaması, paket

halinde kaliteli medikal hizmetler sunan ülkeler ve onların sigorta kurumlarıyla anlaşmalar yapılmasına neden olmaktadır (Selvi, 2008, 275).

Sağlık turizmi türlerine bakıldığında ağırlıklı olarak; medikal turizm, termal/SPA/wellness turizmi, yaşlı turizmi ve engelli turizmi olmak üzere dörtlü bir sınıflama yoluna gidildiği görülmektedir.

Medikal turizm (tıp turizmi): Medikal turizm, sağlık turistinin iyilik halinin gelişmesi için yapılan tıbbi işlem ya da etkinlikleri içermektedir. Hastalığın iyileştirilmesi durumu; tıbbi check-up, sağlık taraması, diş tedavisi, kalp ameliyatı, protez takılması, kanser tedavisi, nöroşirurji, organ nakilleri ve nitelikli tıbbi müdahaleleri gerektiren diğer işlemleri kapsamaktadır (Aydın vd., 2012).

Termal/SPA/wellness turizmi: Günümüzde turizm türleri amaca, talebe ve insanların zevk ve hobilerine göre çok çeşitlilik göstererek değişik alanlardaki yeniliklerle giderek zenginleşirken, sağlık turizmi de zinde kalmayı bir yaşam biçimi haline getirmiş, ruh ve beden güzelliğine önem veren çağdaş insanlara da hizmet vermeye başlamıştır. Termal turizmin türevlerini üç ana başlık altında toplamak mümkündür: 1. Klimatizm (temiz havadan yararlanma), 2. Termalizm (kaplıca) ve 3. Üvalizm (meyve-sebze kür tedavisi) (Aydın vd., 2012). .

Bir doğal tedavi unsuru olan suyun ve özelliklede termal suların aynı zamanda zindelik ve rekreatif amaçlı olarak insanın kendisini yenilemesi ve eğlence amacıyla kullanılması, dünyada ve Avrupa'da günümüzde çok önem kazanmıştır. İdari ve ticari karar alma merkezi konumundaki büyük şehirler ve başkentlerde mutlaka büyük ölçekli SPA'lar bulunmakta ve bu kentlerin özellikle iş-toplantı amaçlı turizmine (MICE turizmine) büyük katkı sağlamakta ve bu alandaki yatırımlar giderek artmaktadır.

Günümüzde SPA & Wellness ya da sağlıklı yaşam-zindelik tesisi, kaplıca, içmece, termal tesis, termal kür merkezi, oteli, rehabilitasyon, sağlık ve güzellik merkezi v.b gibi çok çeşitli adlar altında faaliyet gösteren tesislerin dünyada giderek çoğalmaya başlaması bu alana olan ilginin ve talebin artmasının bir sonucudur. Bu tür tesislere olan talebin artması aslında bu sektörün (Sağlık ve Termal Turizmin) yediden yetmişe, sağlıklı olsun olmasın her kesime hitap edebiliyor ve bir farklılık yaratabiliyor olmasına bağlanabilir. Bu tür tesisler tek başına bir çekim unsuru olarak yapılabildiği gibi örneğin klasik tarzda yapılmış bir konaklama tesisine sonradan eklendiğinde de o tesisi daha da zenginleştirmekte, farklı kılmakta ve daha çekici hale getirebilmektedir. Bugün bünyesinde suyla ilgili (spa, hamam, kür, güzellik

merkezi vb) ünitesi olmayan ferdi tesisler artık neredeyse hiç tercih edilmemektedir. Daha fazla yaratıcılık içeren ve müşteriye çeşitlilik sunan bu tür tesislere ilgi daha fazla olmaktadır.

Diğer taraftan suyla, özellikle de termal (sıcak mineralli) sular ile yaratılan seyahat ve konaklama imkanları, hazırdaki bir ürünü (doğayı, denizi vs) kullanan klasik seyahat ve konaklama konseptinin de artık önüne geçmeye başlamıştır. Dünyada pek çok merkez (Karlovy Vary, Baden Baden, Evian-Les-Bains vb) uzunca bir zamandan bu yana kendisini termal, SPA merkezi/destinasyonu olarak pazarlamaktadır. Buna son zamanlarda deniz suyunun kullanıldığı Talassoterapi destinasyonlarını da eklemek mümkündür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

Günümüzde termal turizm, dünya genelinde özellikle Güney, Orta ve Doğu Avrupa, Asya (Ortadoğu, Japonya, Çin, Türki Cumhuriyetler), Güney Amerika (Arjantin, Meksika, Kolombiya) ve Kuzey Afrika (Fas, Tunus) ülkelerinde yaygındır. Tüm dünyada oldukça büyük pazara sahip olan termal turizm, sadece Avrupa ve Amerika'da yaklaşık 25-30 milyar Dolarlık bir gelir sağlamaktadır. Tüm dünyada ise bu pazarın büyüklüğünün 100 milyar Doları bulduğu tahmin edilmektedir.

Avrupa'da birçok tedavi edici kaplıca merkezi mevcuttur. Almanya, Macaristan, Yunanistan, Fransa, İsviçre, İspanya, İtalya, Avusturya, Rusya ve Çek Cumhuriyeti gibi ülkeler başta gelmektedir. Termal turizm amaçlı olarak senede Almanya ve Macaristan'ı 10 milyon kişi, Rusya'yı 8 milyon, Fransa'yı yaklaşık 1 milyon, İsviçre'yi ise 800 bin kişi ziyaret etmektedir. Japonya'da bulunan Beppu kentini ise, yılda toplam 13 milyon ziyaretçi termal turizm amaçlı olarak ziyaret etmektedir.

Özellikle Avrupa termal turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir ve bunda da en önemli pay Almanya'ya aittir. Termal turizm, Almanya'da oldukça önemli bir sektör haline gelmiştir ve Almanya, Avrupa termal turizm pazarının yaklaşık %50'sini elinde bulundurmaktadır. 263 adet resmi belgeli termal tesis bulunan Almanya'da toplam yatak kapasitesi 750.000'i, ziyaret eden turist sayısı ise 7 milyonu bulmaktadır. Almanya'nın Stuttgart kentinde bulunan Das Leuze kaplıcalarını yaz aylarında günde 8.000 kişi ziyaret etmektedir. Bu rakam yıllık ortalama 3.000 kişi/gün olmaktadır.

Macaristan'da Roma döneminden Osmanlı dönemine kadar birçok uygarlık tarafından, termal ve kaplıcanın nimetlerinden sonuna kadar faydalanılmıştır. Ülkede 120 tedavi edici kaplıca merkezi bulunmaktadır. Her sene ülkeye gelen insanların %22'si bu merkezlere gelmektedir. Sadece Budapeşte'de 80'den fazla merkez bulunmaktadır. Ülkede, hekim teşhisi ve raporu

olması kaydıyla mevcut olan sosyal sağlık sigorta sistemi, tedavi masraflarının tümünü veya bir kısmını karşılamaktadır.

Yunanistan'da eski çağlardan beri kaplıcaların tedavi edici özelliği bilinmektedir. Hatta bu tedavi yönteminin Yunanistan'da başladığı bile söylenmektedir. Tarihçi Herodotos ve tıbbın babası olarak bilinen Hipokrates de kaplıcaların tedavi edici özelliklerinden bahsetmektedir. Merkezlerin çoğunun deniz kenarlarında olduğu ülkede daha çok Ağustos-Eylül aylarında ziyaretçiler gelmekte ve ortalama 15-21 gün kalmaktadırlar. Ülkede, Macaristan ve Almanya'da olduğu gibi, doktor tavsiyesi olmak şartıyla, tedavi masraflarının tamamı veya bir kısmı sigorta şirketleri tarafından karşılanmaktadır.

İtalya'da 360'a yakın kaplıca merkezi bulunmaktadır. Ülkeye yılda yaklaşık 600.000 ziyaretçi gelmektedir ve termal turizm ülke için önemli gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Almanya'dan sonra en çok turist çeken ülkelerden biri konumundaki İtalya'da bulunan volkanik dağlar ve etkinlikleri sebebiyle ülkenin pek çok şehrinde termal kaplıca merkezi bulunmaktadır. Doktor tavsiyesi olması kaydıyla, sigorta şirketleri tedavi masraflarının tamamını veya bir kısmını karşılamaktadır.

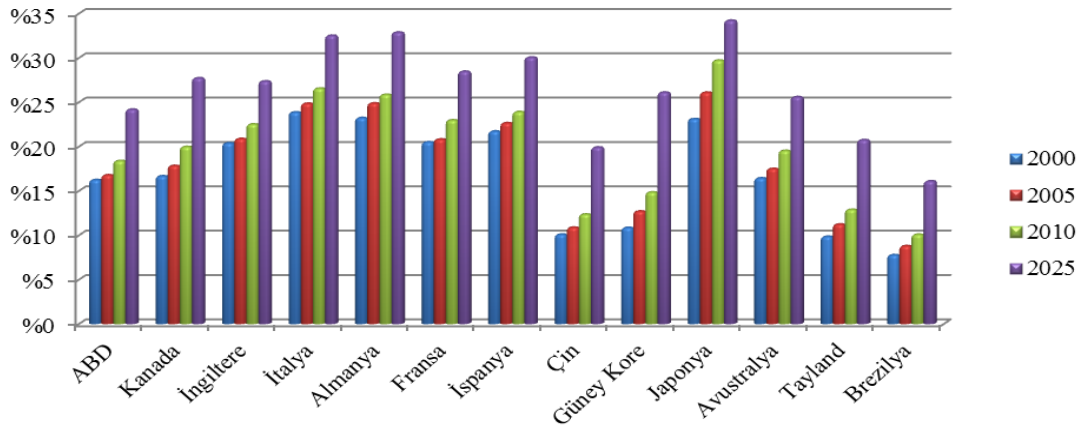
Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da son yıllarda çok gelişmiş tedavi edici kaplıca merkezleri kurulmuştur. İki ülkede 60 tedavi edici termal merkezi bulunmakta olup senede 500.000'e yakın hastaya tedavi hizmetleri verilmektedir. Hekim raporu olması kaydıyla, sigorta şirketleri tedavi masraflarını tamamını karşılamaktadır. Ayrıca, Fransa'da 104, İspanya'da 128 adet ve İtalya'da ise 360 civarında termal tesis bulunmaktadır. Rusya'da çok sayıda kür merkezi bulunduğu ve bu merkezlere yılda 8 milyon turistin geldiği belirtilmektedir.

Japonya'da 1500 adet kaplıcada 100 milyon geceleme kapasiteli termal turizm yapılmaktadır. Beppu'da 1000 litre/saniye kapasitesindeki jeotermal su, termal turizm amaçlı kullanılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Arkansas Eyaletinde ise 55 bin kişinin yararlanacağı termal tesislerin yapılmış olduğu, Hawai'de turizmi 12 aya yaymak için termal sulardan yararlanılarak yeni kurulan tesisler ile termal turizm ağırlıklı uygulamalara başlandığı bilinmektedir (Aksu ve Aktuğ, 2011).

***Yaşlı turizmi*:** Son dönemlerde sağlık turizminde yaşlıların bakımı ile ilgili kurulan tesisler ve bu amaçla yapılan seyahatler de sağlık turizminin yeni bir türü olarak turizm faaliyetlerinde yerini almaya başlamıştır. Modern tıp uygulamaları 21.yüzyıla girdiğimiz bugünün dünyasında bilimsel çalışmalar ve beraberindeki baş döndürücü gelişmeler sayesinde son derece değişmiştir. Teşhis ve tedavi yöntemleri ve araçları hızla gelişmekte, pratikte elde

edilen başarılı sonuçlar, dünya tıp kongrelerinde tartışılmakta yeni çığırlar açmaktadır. Tıptaki yeni gelişmeler sonucu yaşam süresinin uzaması toplumlarda 3.yaş (65 ve üstü yaş) grubu insan sayısını arttırmaktadır. 2000'li yıllarda nüfusunun % 17'si 65 yaşın üzerinde olan Avrupa'da bu oranın 2025 yılında % 20'ye yükseleceği tahmin edilmektedir. Özellikle alım gücü çok yüksek olan 3. kuşak olarak tabir edilen 50 yaş ve üstü insanlar, sağlıkta önleyici tedavi ve zinde kalma arzusu ile sürekli artan yüksek kaliteli wellness olanaklarına yönelik talep oluşturmaktadır.

Grafik 11. 60 Yaş ve Üzerindeki Nüfusun Ülke Nüfuslarına Oranı



Kaynak: Göksel,H.T (2005), "Türkiye'de Demografik Dönüşümün Sosyal Politikalara Etkisi?"http://www.tisk.org.tr/

Engelli turizmi: Dünyada bir milyardan fazla insan herhangi bir tür engellilik ile yaşamakta, bu insanların yaklaşık 200 milyonu, hayatlarını devam ettirme konusunda kayda değer zorluklar yaşamaktadır. Engellilik önümüzdeki yıllarda daha da büyük bir kaygı konusu haline gelecektir, çünkü yaygınlığı artmaktadır. Nüfusların yaşlanması ve yaşlı insanların engelli hale gelme riskinin daha yüksek olması ile birlikte diyabet, kalp ve damar hastalıkları, kanser ve akıl sağlığı bozuklukları gibi kronik sağlık sorunlarının da küresel olarak artış göstermesi, engelliğinin artmasının nedenleridir. Bir milyardan fazla insanın veya (2010 dünya nüfus tahminlerine göre) dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir. Bu, Dünya Sağlık Örgütü'nün yaklaşık yüzde 10 olduğunu ileri sürdüğü 1970'lere ait önceki tahminlerden daha yüksektir. 15 yaş ve üstünde kişiler arasında engellilik ile yaşamak durumunda olan kişi sayısını Dünya Sağlık Araştırması (World Health Survey) 785 milyon (% 15.6) olarak belirtirken, Küresel Hastalık Yükü (Global Burden of Disease)

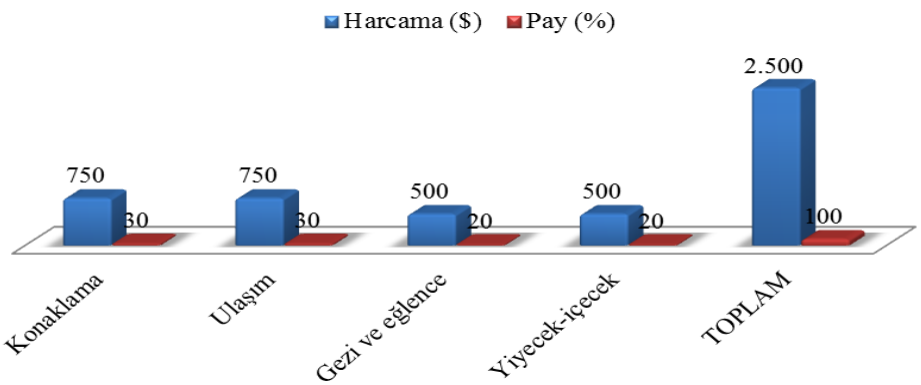
çalışması bu sayıyı yaklaşık 975 milyon (% 19.2) olarak tahmin etmektedir (Dünya Sağlık Örgütü Dünya Engellilik Raporu, 2011). Engelliler için özel bakım, klinik otellerde ve rehabilitasyon merkezlerinde verilmektedir.

1.3.2 Kongre Turizmi

Ulaşımın kolaylaşması ve ucuzlaması, kongre turizmini dünyanın en hızlı gelişen pazarlardan biri yapmıştır. Özellikle son 10 yılda kongre turizmindeki gelişme, dünya turizminin çok üstünde seyretmektedir. Hızla büyüyen uluslararası kongre pazarından daha fazla pay elde etmek isteyen ülkeler arasındaki rekabet giderek artmaktadır. Kongre turizmi, turizm sektörünün en gözde bölümlerinin başında gelmektedir. Bunun nedeni, kongre turistinin kıyı turisti ortalamasına göre daha çok harcama yapmasıdır. Dünya turizm gelirlerinin yüzde 30'a yakını kongre turizminden sağlanmaktadır. Toplam 1 milyar 159 milyon Doları aşan turizm gelirlerinin içerisinde kongre turizminin aldığı pay 386 milyar Dolar olarak hesaplanmaktadır.

Kongre katılımcıları iyi eğitimli, yüksek gelirli ve çok harcayan insanlardan oluşmaktadır. Yapılan araştırmalar, kongre turizminde turist başı harcamanın ortalamanın üç katı olduğunu göstermektedir. Kıyı turizminde kişi başı 600-700 $ olan harcama miktarı, kongre turizminde 2000-2.500 $ civarında bulunmaktadır. Ayrıca kongre turizminin herhangi bir sezona bağlı olmaması, turizm sektörü açısından önemli bir avantajdır. Kongre için bir kente giden turist, toplam harcamalarının yüzde 30'unu konaklamaya ayırmaktadır. Harcamalar içinde gezi ve eğlence yüzde 20, yeme içme de yüzde 20 pay tutmaktadır.

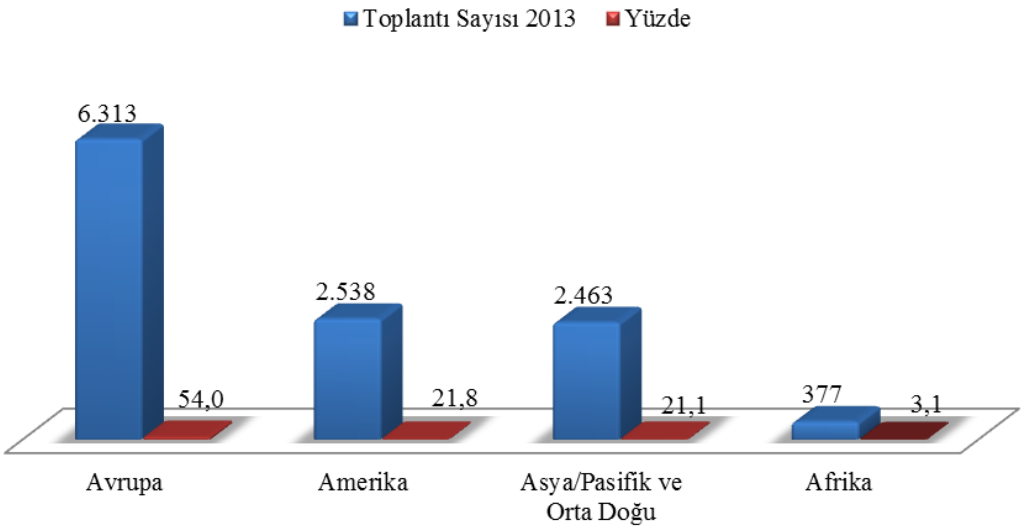
Grafik 12. Kongrelere Katılan Turistlerin Harcama Dağılımları



Kaynak: TÜRSAB, Kongre Turizmi Raporu 2013.

Dünyada kongrelerin etkin olarak düzenlenmesi 1900'lü yılların başına denk gelmektedir. 1901 yılında dünyada 70 kongre düzenlenirken, bu rakam 1910 yılında 200'e yükselmiştir. Bugün ise Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA) verilerine göre, 2013 yılında dünyada 11.685 uluslararası kongre düzenlenmiştir.

Grafik 13. Bölgelere Göre Kongrelerin Dağılımı

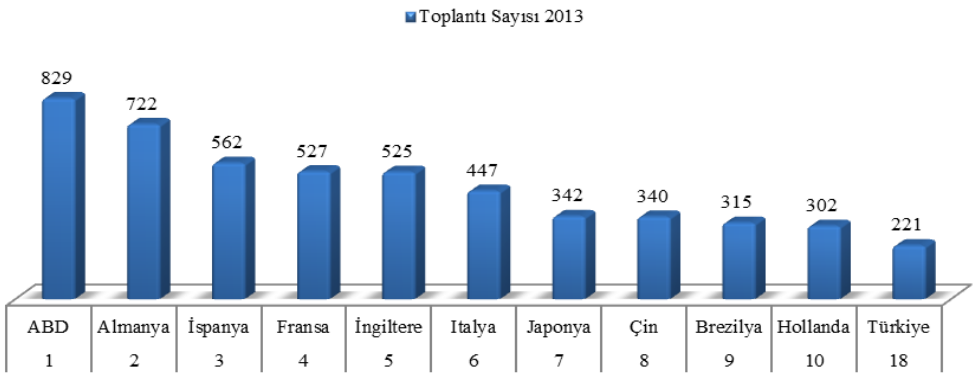


Kaynak: Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA)

Kongre turizminde dünya liderinin Avrupa olduğu görülmektedir. Avrupa'nın 6313 toplantı sayısı ile kongre turizm pastasının yüzde 57'sine sahip olduğu görülmektedir. 2538 toplantı sayısı ve %21,1'lik pay ile Amerika, ikinci sırada yer almaktadır. Bu bölgeleri sırasıyla, 2463 toplantı sayısı ve %21,1'lik oranla Asya/Pasifik ve Orta Doğu, 377 toplantı sayısı ve %3,1'lik payla Afrika takip etmektedir. Kongrelerde en çok rağbet gören 4 sektör ise, sağlık, bilim, sanayi ve teknolojidir.

Kongre organizasyonunda ülkeler itibariyle dünyada ilk üç sırayı ABD, Almanya ve İspanya almıştır. 2013 yılında ABD'de 829, Almanya'da 562, İspanya'da 562 uluslararası kongre yapılmıştır. Türkiye ise 221 uluslararası kongre ile 18. sıradadır.

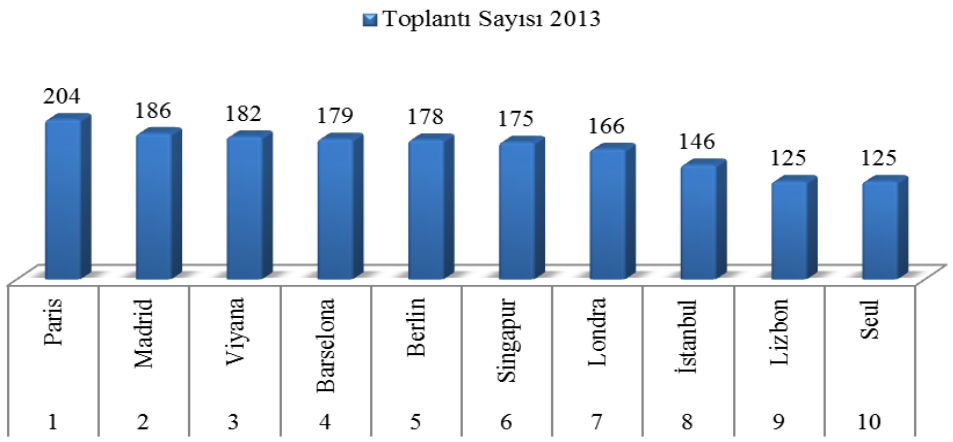
Grafik 14. Ülkelerin Kongre Sayıları



Kaynak: Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA)

Dünyada kongre sayısı bakımından ilk üç sırayı Paris (204), Madrid (186) ve Viyana (182) almaktadır. İstanbul ise 146 kongre sayısı ile sekizinci sırada yer almaktadır.

Grafik 15. Şehirlerin Kongre Sayıları (İlk 10)



Kaynak: Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA)

1.3.3 Kültür Turizmi

Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre, zamanla G-D-K turizminden sıkılan tatilciler yeni bir profil meydana getirmişlerdir. Yapılan araştırmalar, kitle turizminin yanında alternatif turizm çeşitlerinin de tatilciler için artık başlıca seçenek haline geldiğini göstermektedir.

Batı Avustralya Kültür ve Sanat Departmanı 2004-2008 yılı için hazırladığı Kültür Turizmi Stratejisinde Kültür turizminin parametrelerini:

1. Festival ya da fuarlar (müzik, dans, görsel sanatlar, kültürel miras)

2. Sahne sanatları ya da konserler (tiyatro, opera, bale ve klasik ve modern müzik)

3. Müze ve sanat galerileri

4. Sanat ve zanaat workshop ve stüdyoları

5. Yerli alanlar ve kültürel gösterimler olarak belirlemiştir.

Amerika Eyalet Ajansı Ulusal Temsilciliğine göre kültür turizmi; Birleşik Devletlerin karakterini ve çeşitliliğini yansıtarak insanların ve ulusun portresini çıkaran deneyim, sanat formları, gelenekler ve alanların mozaiği üzerine dayanmaktadır. Kültür turizmiyle ilişkili turistler şu kriterlerle bağlantılıdır:

1. Tarihi alanlar

2. Kültürel olaylar, festival ve fuarlar

3. Sanat galerileri, tiyatro ve müzeler

4. Etnik topluluklar ve yerleşmeler

5. Mimari ve arkeolojik miras

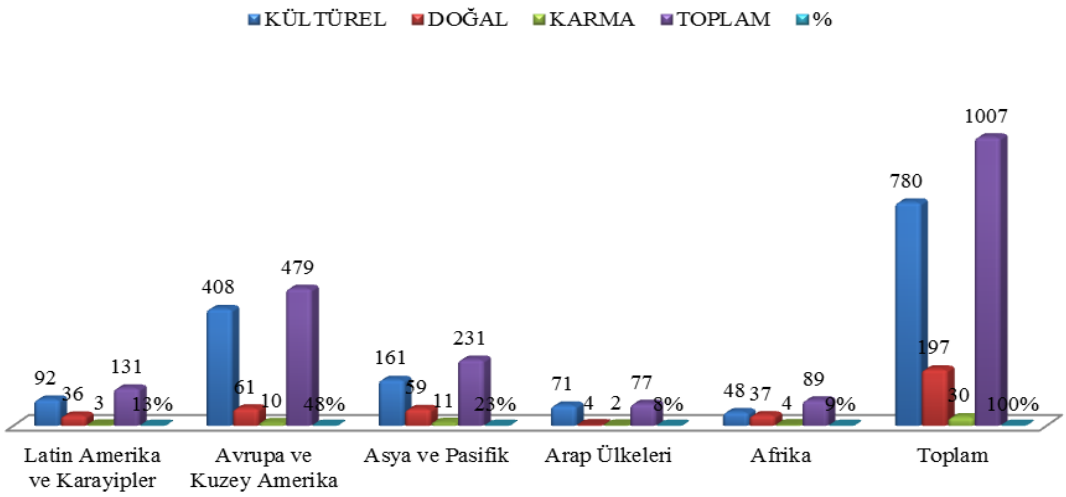
6. Milli parklar ve eyalet parkları.

UNESCO'nun 16 Kasım 1972 tarihli genel konferansında "Dünya Doğal ve Kültürel Mirasını Koruma Anlaşması" imzalanmıştır. Dünya Mirası Listesi'ne girebilmek için; Dünya Mirası Kriterleri tespit edilmiştir. Dünya Mirası Kenti olma statüsünün en önemli sonuçlarından birisi de turizme dayanmaktadır. Üye kentlerin büyük bir çoğunluğunun ekonomik kaynağı kültürel turizme dayanmaktadır (Azcan, 2013) .

UNESCO Dünya Miras Listesi'nde 2014 yılı itibariyle 191 ülkeden 779'u kültürel, 197'si doğal ve 31'i karma olmak üzere belirlenen 1007 eser vardır. Liste, her yıl yeni adayların listeye alınması ve yeni ülkelerin anlaşmayı imzalamasıyla büyümektedir. En çok dünya mirası olan ülke İtalya'dır (50). İkinci sırada Çin (47), üçüncü sırada İspanya (44), dördüncü sırada iki ülke Fransa ve Almanya (39) ve beşinci sırada Hindistan (32) gelmektedir. Ayrıca en çok kültürel mirası olan ülke İtalya (46), en çok doğal mirası olan ülke Avustralya (12), en çok karma mirası olan ülkeler ise Çin ve Avustralya'dır (4).

Bölgelere göre dünya mirası listeleri incelendiğinde, Dünya mirasının %48'i ile Avrupa ve Kuzey Amerika (479) ilk sırada yer almaktadır. Daha sonra %23'lük pay ile Asya ve Pasifik bölgesi gelmektedir. Latin Amerika ve Karayipler (131) %13, Afrika (89) %9 ve Arap ülkeleri (77) %8 pay ile sıralanmaktadır.

Grafik 16. Bölgelere Göre Dünya Mirası Dağılımı



Kaynak: UNESCO Dünya Miras Listesi, 2014

Yukarıda ifade edilen dünya mirası listesindekilerin bazıları, Arjantin ve Brezilya'daki Grand Kanyon, Great Barrier Reef, Falls National Park, Kolombiya'daki Angkor Watt, Çin Seddi, Yunanistan'daki Acroplolis ve Herculaneum harabeleridir. Üye kentlerin çoğunluğunun ekonomik kaynağı kültürel turizme dayanmaktadır.

1. Türkiye'de; İstanbul, Safranbolu

2. İtalya'da; Vatikan, Roma, Venedik, Floransa

3. Avusturya'da; Salzburg

4. Küba'da; Havana

5. Mısır'da; Kahire

6. Fransa'da; Paris

7. Yunanistan'da; Rodos

8. Japonya'da; Kyoto

9. Portekiz'de; Evora

10. İspanya'da; Cordoba

11. İngiltere'de; Edinburg

Bu kentler tarihi özellikleri, kültürleri, geleneksel mimarileri ve yapıları gibi özellikleriyle önemli turizm çekim merkezleridir. Bu kentleri turizm için çekici kılan özellikler arasında mimarileri, sokakları, semtleri ve kültürel aktiviteleri sayılabilir. Dünya Mirası Kentlerinde gelişen turizmin temeli, yukarıda sayılan özelliklerin korunması ve geliştirilmesine dayanmaktadır. Kültürel turizm buralarda ekonomik kalkınma, istihdam ve hayat kalitesinin geliştirilmesine yönelik pozitif etkilerde bulunmaktadır. Diğer bir bakış açısıyla kültür mirası kentlerindeki turizm, bir planlama ve strateji olmaksızın gerçekleştirildiğinde aktif turizm gelişiminin gerekli ve istenen boyutu olan yeni yapı yapma konusundaki baskılar nedeniyle çeşitli olumsuzluklar ortaya çıkabilmektedir. Örneğin kentlerdeki kimlik kaybı, kentlerin ticarileşmesi, anıtlara ve tarihi yapılara zarar verilmesi bunların bazılarıdır (Azcan, 2013).

1.3.4 Kırsal Turizm

Uluslararası turizm pazarında, turistlerin turizm anlayışları ve beklentilerinin gittikçe değişmesi, günümüzde kıyı turizmi ile özdeşleşmiş kitle turizminin karsısında alternatif turizm yaklaşımlarının giderek çoğalması ve bunlar içerisinde kırsal turizmin her geçen gün daha fazla talep görmesi, sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde gerçekleştirilen bir turizm türü olması gibi bir çok faktör nedeniyle kırsal turizm, dünya turizmi ve kalkınması açısından son derece önemli bir konumdadır (Şahin, 2013). Dünyadaki yeni turizm trendleri talebe bağlı olarak tarih, sağlık, doğa yürüyüşü, kültür ve kırsal turizm yönünde gelişmektedir. Kırsal turizmin önemi hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde, var olan turizm türlerinin alternatifi ya da tamamlayıcısı olarak günden güne artmaktadır. Dünya genelinde turistik arz kaynaklarının kırsal turizm amaçlı kullanılmasıyla kırsal alanların ekonomilerinin güçlendirilmesine yönelik çabalar hız kazanmaktadır. Kırsal turizm alanında elde edilen önemli başarılar, kırsal alanların gelişiminde tarım sektörünün yanında kırsal turizminde bir alternatif olarak görülmesini sağlamaktadır.

Kırsal turizm; çiftlik turizmi, yeşil turizm veya yayla turizmi olmakla birlikte, doğa tatillerini ve özelliklede eko turizm**,** alışveriş, kayak, bisikletli ve atlı doğa gezileri, macera, rafting, spor, termal turizm, balıkçılık, sanat tarih ve etnik yapıya endeksli bir turizm türüdür (Ün vd.,2012: 345).

OECD'nin kırsal alan tanımına göre, nüfus yoğunluğu, kilometrekare başına 150 kişinin altında olduğu yerler, kırsal alan olarak nitelendirilmiştir. Kırsal alan kavramı kırsal turizmin

gerçekleştirilmesinde kullanılan temel alan olması sebebiyle kırsal turizmi daha net anlayabilmek için tanımlanması gereken bir kavramdır. Kırsal alanı turizm açısından değerlendirdiğimizde; "deniz turizmi merkezleri dışında kalan, kentsel yerleşimlerden uzak, kırsala özgü doğal ve kültürel hayatın korunduğu, oldukça tenha ve kırsal hayatla ilgili çeşitli aktivitelerin gerçekleştirildiği yerler" olarak tanımlayabiliriz .

Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre kırsal turizm, yalnızca tarımsal (agri-tourism) veya çiftlik (farm tourism) turizmini kapsamamakta olup, kırsal alandaki tüm turizm faaliyetlerini kapsamaktadır (OECD, 1994: 9). Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda ise, "kırsal turizm, amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek-içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür" şeklinde tanımlanmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 12).

Kırsal turizm, çok yönlü bir faaliyettir ve sadece çiftlik temelli turizm değildir. Çiftlik temelli tatilleri içerir, ayrıca özel ilgili doğa tatilleri, eko turizm, yürüyüş, tırmanma, binicilik, macera, spor, sağlık, av, balık tutma, eğitim seyahatleri, sanat ve bazı bölgelerde etnik turizmi de kapsamaktadır (Uygur ve Aktuğ, 2009: 145).

Kırsal olan turizm etkinlikleri; yürümek, tırmanmak, macera için yapılan tatiller/yabanda yapılan tatiller, kanoculuk, rafting, kır kayağı, kar pabuçlarıyla yapılan turlar, yoğunluğu düşük iniş kayağı, dış ortamlarda kuş gözlemciliği, fotoğrafçılık gibi doğa inceleme gezileri, avlanmak, bisiklet sürmek/bisiklet turları, ata binmek, peyzaj seyretmek, kırsal miras etütleri yapmak, küçük kasaba/köy turları yapmak, kırsal ortam gerektiren dinlenme amaçlı tatiller, küçük çaplı konvansiyonlar/konferanslar, kırsal festivaller, oltayla balık tutmak ve doğal ortam gerektiren sporlar olarak sınıflandırılmaktadır.

Avrupa'da kırsal oteller genellikle aileler tarafından yönetilen küçük ve orta büyüklükteki otellerdir. Bu oteller, tek yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller, hosteller veya aile pansiyonları gibi bir sınıflandırma sistemi içerisinde sınıflandırılabilir.

Kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm şekilleri aşağıdaki başlıklarda açıklanmaktadır;

Tarım Turizmi (Agri/Agro Tourism): Agri-turizm ya da agro turizm olarak da adlandırılan tarım turizmi, tarımsal üretimin yoğun olduğu yörelerde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Bu özelliği ile tarım turizmi üreticilere bir ek gelir kaynağı yaratmaktadır. Böylece tarımsal üretimin turizm ile yer değiştirmesi yerine, turizm ile bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır. Yani, özellikle gelişmekte olan yörelerde sıkça görülen tarım alanlarını turizm işletmeciliği

adına yok eden değil, tersine tarımla birlikte turizmi de geliştiren yeni bir turizm faaliyet alanıdır (Küçükaltan, 2002: 151).

Çiftlik Turizmi: Çiftlik turizmi, kırsal bölgelerde, çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çevresine çiftlik ürünü sağlayan bir işletmenin aynı zamanda turizm konaklama olanakları sağlaması, gelen turistlerin de isterlerse bir çalışma programına katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak sağlayan bir girişimdir.

Yayla Turizmi: İnsanların bulundukları yerlerden ayrılarak yaz aylarında yaylalara gitmeleri ve orada konaklayarak tüm ihtiyaçlarını sağlayabilmeleri, yayla turizmi hareketini yaratmaktadır**.** Ayrıca yaylalardaki etkinlikler, yayla kültürü ile bozulmamış doğada yaşamak, diğer insanların da ilgisini çekmiş ve bu yaşama tarzına katılmalarını sağlamıştır. Sonuç olarak bu da turizm hareketleri içerisinde "yayla turizmi" şeklinde bir turizm çeşidi ortaya çıkmıştır.

Eko Turizm: Uluslararası Eko Turizm Topluluğu eko turizmi; "çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını artıran, doğal alanlara duyarlı seyahat olarak tanımlamıştır. Eko turizm ağırlıklı olarak doğa temelli olup, ziyaretçiler bu yoğunluklar üzerine yoğunlaşarak öğrenme ve eğitim şeklinde birbirlerini etkilemektedirler .

Kuş Gözlemciliği: Doğayı kuşların dünyasından tanımlamayı sağlayan bir gözlem sporudur. Kuşlara ve doğaya merak duyan herkese açık bir hobidir. Kuş gözlemciliği profosyenel bir uzmanlık alanı olabileceği gibi boş zamanları değerlendirmek için yapılan bir hobi olarak da sürdürülebilir.

Yeşil Turizm : Bazı ülkelerde yeşil turizm kavramı özellikle kırsal alanlarda (yeşil alanlarda) turizmi ifade etmesine rağmen, yeşil turizm daha çok kitle turizmi, yani geleneksel turizmden farklı olarak çevreye daha duyarlı olan bir turizm şeklini ifade etmek için kullanılmaktadır.

Ayrıca özel ilgi turlarına katılan kuş gözlemcilerinin doğa dostu olduğu, çevreyi kirletmeme konusunda çok duyarlı davrandıkları, yöreyi bilen, alanında uzman kokartlı rehberle geziye katılmak istedikleri ve resort turizmi amacıyla seyahat eden turistlerden daha fazla harcama yaptıkları bilinmektedir (Yılmaz ve Gürol, 2012: 28).

Kırsal turizm, dünyanın en hızlı büyüyen turizm endüstrisinin gelişen bir alanıdır. Kırsal turizmin dünya genelinde yaygınlık kazanmasıyla birlikte, Cameron Dağlık Bölgesi, Tayland'ın Kuzey Tepeleri, Kosta Rika'nın Tropik Bölgeleri, Avustralya'daki Cape York Yarımadası, Kanada'daki Kuzey Batı Bölgesi, İtalya'daki Tuscany ve Fransa'daki Ardeche gibi çok çeşitli kırsal cevherler keşfedildi (Çeken vd., 2007: 7).

Kırsal turizmin en önemli özelliklerinden biri günübirlik olması ya da konaklama süresinin çok kısa olmasıdır. Kırsal alanlarda konaklama süresi genellikle bir haftayı geçmemektedir (Maestro vd., 2007: 951). Kırsal turizmde konaklama hizmeti, köylü veya çiftçinin bizzat kendi evinde, kırsal pansiyon veya otellerde, kırsal tatil köylerinde veya kırsal kampinglerde, çadır veya karavanda, kırsal otel veya motellerde, kırsal pansiyonlarda, kiralık odalarda verilmektedir (Soykan, 2001: 152-153; Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 78). Konaklayanlara ya da günübirlik gelenlere sunulan etkinlikler veya hizmetler, turistik çekiciliği arttırmaktadır. Sözgelimi, tarım, hayvancılık ve yerel el sanatlarını tanıtma, yakın çevre doğa yürüyüşleri ve kültür gezileri, piknik, sportif etkinlikler, animasyon gösterileri, çeşitli kurslar, şenlik, festival ve panayırlar, çocuklar ve yaşlılar için düşünülmüş özel etkinlikler kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilir (Soykan, 2001: 152-153).

Kırsal yaşam ya da kırsal kültür, insanları kırlara çeken önemli çekiciliklerdir. Turistin (çoğunlukla kent insanının) geçmişe özlem duyması, sıcak ilişkiler araması ve yerel kültürü tanıma isteği kırlara kültür amaçlı ziyaretleri beraberinde getirmektedir. Kırsal kültür otantiktir, başka yerlerde eşine rastlanılmaz. Benzerlikler yakalansa bile, farklılıklar daha çoktur. İşte bu noktada, kırsal ortamlarda doğa ve kültürü buluşturan kırsal turizm, bir turizm türü olarak ayrı bir yere sahiptir. Kırsal turizm, bir taraftan kent insanının dinlenme ihtiyacını karşılaması, diğer taraftan tarımla kolay uyum sağlaması ve birçok turizm türüyle bütünleşebilen yapısı nedeniyle çok sayıda ülkede yerini almıştır (Emiroğlu, 2013).

Avrupalılar kırsal turizmi, kırsal kalkınma bazında, hatta bazı yörelerin kalkınmasında yönlendirici bir güç olarak düşündükleri için, çok geniş çaplı bir örgütlenmeyle kırsal turizmi yönetmekte, çeşitli ulusal ve uluslararası dernekler altında birleştirmektedirler. Bunlardan biri olan "Uluslararası Kırsallık-Çevre Kalkınma Derneği" bünyesinde tarım-çevre-turizm adına sınırlar ötesi gruplarla ortaklaşa seminerler organize edilmektedir. Bu seminerlerde işlenen ağırlıklı konular, ülkelerin çeşitli bölgelerindeki kırsal turizmi büyüteç altına alarak uygulanan programları tanıtmak, deneyimleri aktarmak, sorunlara çözüm bulmak, tarım-çevre ve turizmin etkilerini araştırmak şeklinde özetlenebilir.

2007-2013 dönemi için Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Politikasında Kırsal Turizm sektörü, III. Bileşen olan Kırsal ekonominin çeşitlendirilmesine yardım eden tedbirler altında yer almaktadır. IPA uygulama tüzüğünde, kırsal turizm yer almış olup, Avrupa Komisyonu, kırsal turizmi hem üye ülkelerde hem de aday ülkelerde desteklemektedir. Kırsal Kalkınma programlarında ağırlıklı olarak kırsal turizme yer verilmesini hedeflemektedir.

Kırsal alanlarda yapılan turizmin tüm turizm alanlarındaki turizm aktivitelerinin %10-20'sini oluşturduğu tahmin edilmektedir. Euro Barometer araştırma raporu, her yıl Avrupa tatilcilerinin %23'nün kırsal alanları destinasyon olarak seçtiklerini göstermektedir. Kırsal alanlar, turistlere etnik ve coğrafi karakterinden, tarihinden, farklı kültüründen ve kırsal doğasından kaynaklanan gizemli bir çekicilik sunmaktadır.

Avrupa'nın kırsal alanları, turistler için zenginliklerle doludur. Ulusal ve uluslararası turistler, tatillerinde gitgide daha fazla kırları seçmektedirler. Kırsal turizm Avrupa'da yeni bir olgu olmayıp, bu turizm türünde yol kat etmiş birçok ülke (Fransa, Avusturya, İtalya, Almanya, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Hollanda, Belçika, İspanya, Portekiz, İskandinav ülkeleri vd.) bulunmaktadır.

Avrupa'da 1980'lerin ortasında Avrupa Komisyonu'nun, turizm alışkanlıkları üzerine yaptığı bir araştırmada, kırsal turizme olan eğilimler de saptanmıştır. Bu araştırmaya göre, kırsal turizmin geliştiği ülkelerde genellikle insanların en az l\3'ü tatillerini geçirmek amacıyla kırsal alanlara gitmektedir Yine aynı çalışmaya göre; Avrupalı turistin kırsal kesimde tatil yapmayı tercih etmesinin nedenlerinin başında doğal alanların çekici ve bozulmamış ortamlar olmaları, geçmişten izler taşımaları ve sıcak ilişkilerin kurulabilmesi gelmektedir. İyi eğitim almış, kültürlü, yüksek gelir grubunda yer alan kişiler tatillerini birkaç bölüme ayırmakta, farklı yerlerde ve farklı turizm türlerine katılarak geçirmektedir. Bu grubun tatillerinde kırsal turizme ayrılan süre her geçen gün artmaktadır.

2000-2006 programlama döneminde, turistik aktivitelerin veya turizmle ilişkili faaliyetlerin teşvik edilmesi 1257/1999 no'lu Kırsal Kalkınma Konsey Tüzüğünün 33. maddesi ile önemli bir yer edinmiştir. Turist ve el sanatları aktivitelerinin teşvik edilmesi ve aktivitelerin çeşitlendirilmesi, tarıma çoklu faaliyet ve alternatif gelir sağlamada yakın bir ilişkiye sahiptir. Ayrıca kırsal mirasın korunması ve muhafazası da bu belgede yer almaktadır. Bu dönemde yapısal fonlar ve özellikle Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF), turizm için en önemli AB mali yardımını temin etmektedir. Eylemlerin çoğu, altyapının (yollar, havalimanları, vs.) geliştirilmesi, mesleki vasıfların artırılması, turizm işletmelerinin geliştirilmesi, konaklama ve diğer turizm tesislerinin ıslah edilmesi ile ilgilidir. Bununla birlikte, yapısal fonlar, turizmin gelişmesine daha geniş bir anlamda da katkıda bulunmuştur. Örneğin kırsal alanlarda kırsal çevrenin korunmasına, yerel kültürel geleneklerin ve becerilerin sürdürülmesine, köylerin yenilenmesine ve "eko-turizm", "spor turizmi", vs. gibi yeni kırsal turizm pazarlarının gelişmesine katkı sağlamıştır.

Kırsal turizm ülkelerde iç turizm ya da dış turizm hareketlerine hizmet vermektedir. Avrupa'da uzun yıllardan beri geleneksel bir biçimde iç turizm hareketi olarak sürdürülen kırsal turizm kır ve kent kültürünü buluşturma görevini üstlenmiştir. Öte yandan, birçok ülkede kırsal alanın turizmde kullanımı çok daha yeni olup, 1970'lerden sonra gündeme gelmiştir. Eski ya da yeni olsun önemli olan kırsal alanlarda turistik gelişimin kazandığı boyuttur. Bu büyüme iki güncel sonucu beraberinde getirmiştir. Bunlardan birincisi; turizmin kırsal kalkınmada oldukça başarılı bir rol oynaması, ikincisi ise kitle turizmine alternatif bir boyut kazandırmasıdır. Bu nedenle Avrupa'nın kırsal bölgelerinde turizm yerel kalkınma politikaları içinde yerini almıştır.

Avrupalılar için kırsal yollar, birer doğal ve kültürel mirastır. Bu yollarda seyahat etmek ve yeni yöresel özellikleri görmek onlar için önemli bir kültürel değerdir. Bu nedenle Avrupa'nın birçok ülkesinde uzun doğa yürüyüşleri çok iyi organize edilmiştir. Avusturya, İsviçre, Fransa gibi dağlık bölgelere sahip ülkelerde yürüyerek veya atlı geziler, özellikle turistlerin tatillerinin vazgeçilmez bir parçası durumuna gelmiştir.

Fransa'da Kırsal Turizm: Fransa'da 1951 yılında ilk köy evleri açılmış olup, 1955 yılından itibaren de kırsal turizm konusunda devlet desteği almaktadır. Kır evleri restore edilerek ikinci eve dönüştürülmüş, 1970'li yıllardan itibaren Yeşil Tatil Köyleri, ulusal ya da bölgesel parklar, su ile ilgili düzenlemeler ve aile pansiyonları oluşturulmuştur. 1970 yılı ile birlikte, çiftliklerde tarımın nasıl yapıldığını göstermek üzere "keşif çiftliği" müzeleri kurulmuş ve ardından "ziyarete açık çiftlikler" projesiyle, kırsal yerel ürünlerin çiftlik ortamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. 1982'de "kırsal alanlarda yaşam paylaşma" projesi, 1991'den itibaren de "alışılmadık bir başıboşluk" sloganıyla doğa gezileri turistlere sunulmuştur ve sunulmaya devam etmektedir.

2003 yılında Fransa-Yunanistan ortaklığında, kırsal alanlarda ilk kez, küçük kapasiteli geleneksel konaklama birimlerinden oluşan GUESTINN konaklama ağı yaratılmıştır. Bu ağda, ülkenin toplam 13 bölgesinin 9 unda 42 üyeye sahip, 357 oda ve 1010 yatak yer almaktadır. Konaklama biçimleri geleneksel pansiyon, konuk odası, geleneksel stüdyo tipi apart evler, eski geleneksel ev, geleneksel otel ve çiftlik evi şeklindedir. GUESTINN'in felsefesinde; otantiklik, çevre, kalite ve sıcak ilişkiler yatmaktadır. Kaliteyi dostça karşılama, basit ama konforlu ortam, yerel mimariye saygı, otantizm ve sakinlik içeren bir çevre gibi kriterler temsil etmektedir.

İtalya'da Kırsal Turizm: İtalya'da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan küçük yerleşim birimi Basilicata'dır. Basilicata İtalya'nın güneyinde küçük bir bölgedir. Yaklaşık 10

bin km^2 alana sahiptir ve bu alanın %93'ü tarımsal arazi veya ormandır. Zengin bitki örtüsüne ve başta Yunan tapınakları olmak üzere Eski Roma termal kaplıcalarından "Norman" kalelerine ve ortaçağ manastırlarına kadar geniş kültürel mirasa sahiptir. Basilicata turizm açısından çok fazla olanağa sahip değildir. Toplam 461 konaklama girişimcisi bulunmakta ve bunların 200'ünü oteller oluşturmakta geri kalanı tarımsal turizm alanında değerlendirilmektedir. Turizm yavaş yavaş gelişmekle birlikte 1996 yılında toplam ziyaretçi sayısı 270.000'e ulaşmıştır. Yaz sezonunda ziyaretçi yoğunluğu kıyı kesiminde olurken iç kesimlerde az sayıda ziyaret olmaktadır. Bunun nedenin yörenin henüz imaja sahip olmaması gösterilebilir. Bununla ilgili olarak yerel kültürel mirası, doğal güzelliği, gelenekleri ve yöresel yemekleri uluslararası ziyaretçilerin olduğu kadar yerli ziyaretçiler içinde gizemini korumaktadır.

Benzer şekilde İtalya'da 2000 yılında çoğunluğu Toskana ve Balzano bölgelerinde bulunan 9314 tane kırsal turizm işletmesi kayıtlara geçmiştir. Bu 9314 kırsal turizm işletmesinin % 50'den fazlası yiyecek içecek servisi, %8'den fazlası çiftlik kenarları yanındaki kamp yerleri ve %14'ü ise at binme yerleri olarak sunulmaktadır. Ayrıca 2000 yılında kırsal turizm konaklamasında 110.000 olan yatak kapasitesi 2002 yılında 130.000'e çıkarılmıştır. İtalya'ya gelen yabancı turistlerin %25'i tatillerinde kırsal turizmi tercih etmektedir. Sabit konaklama ve yüksek kaliteli yiyeceklere ek olarak çiftçiler tarafından geliştirilen kültürel hizmetler ve boş zaman aktiviteleri (yüzme havuzları ve dağ bisikleti güzergâhları) ülkede kırsal turizm sektörünün canlanmasını sürekli kılmaktadır.

İspanya'da Kırsal Turizm: İspanya'nın Andalucia (Endülüs) bölgesi kırsal turizm açısından en gelişmiş bölgesidir. Andalucia'nın doğusunda yer alan Grenada bölgesindeki Comarca Guadix-Marquesado ili 1994 ile 1999 yılları arasında LEADER II programından yararlanılmış, şu an ise LEADER+ ve PRODER A programlarından yararlanılmaktadır. LEADER II programıyla alana 13,45 milyon euro fon aktarılmış, bu fonun 8,10 Milyon eurosu özel sektörden ve 5,35 milyon eurosu İspanya ve Avrupa'dan aktarılmıştır (Çolak 2009: 86). Andalucia bölgesinde kırsal turizmin gelişmesinin altında yatan önemli etkenler; geniş doğal çevre, ılıman iklim yapısı ve yılda ortalama 300 gün güneş alabilme özelliği olarak açıklanmaktadır. Kırsal turizm kapsamında ziyaretçilere kamp yapma, ata binme ve atlı gezi, doğa yürüyüşü ve dağ bisikleti gibi olanaklar sunulmaktadır.

İspanya'da kırsal turizmde farklı özellikleri ön plana çıkan diğer bir yerleşim birimi Montâna de Navarra'dır. Geniş orman alanları, korunmuş ve tarımsal arazilerle eşsiz peyzaj güzelliğe sahiptir. Montâna de Navarra kırsal turizm açısından İspanya'da büyük önem arz etmektedir.

Bölgede son 15 yıl içerisinde kırsal turizm açısından hem arz hem de talep yönünde önemli gelişme kaydedilmiş ve turizmin kırsal ekonomiyi güçlendirdiği fark edilmiştir.

İspanya'da kırsal turizm uygulamasına bir diğer örnek ise; Crufia ve Pontevedra bölgelerindeki 9 kırsal yerleşmeyi içine alan "Portodemouros Programı" verilebilir. Programın hedefi bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktır. Bu doğrultuda da; kırsal turizmi kalkınmada öncelikli sektör haline getirmek, yerel kaynaklardan daha fazla yararlanmak, tarımsal işletmeleri yeniden düzenlemek amaçlanmıştır. Nitekim bu proje kapsamında; kırsal turizm ve çevre eğitimi verme, geleneksel el sanatlarını destekleme, yeni işler ve ürünler yaratma, halk kültürünü turistik sunuma hazır hale getirme, doğal çevreye uygun spor dallarını geliştirme, doğanın keşfi için rekreatif bölge düzenleme ve köy evlerini yeniden düzenleme yer almaktadır.

Almanya'da Kırsal Turizm: Almanya'da 1970'li yılların başında Gıda, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın özendirmesi sonucu kırsal turizme özellikle çiftlik turizmine olan ilgi giderek artmaya başlamıştır. Birçok Avrupa ülkesinde kırsal turizm üzerine yapılan çalışmaların büyük bir kısmı kırsal turizmin diğer biçimlerini dikkate almaksızın daha ziyade çiftlik turizmi üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunun sonucu olarak da 1980 ve 1990'lı yılların başında çiftlikler ve çiftçiler kırsal turizmin odağı haline gelmiştir.

Almanya'da halen turist kabul eden 23 bin çiftlik olmasına karşın (bunların 1400'ü kalite belgesi almış durumda) turist ağırlayan çiftçi ailesi sayısının hızla artmamasının başta gelen nedenleri; ailelerin bu konuda hazırlıklı olmamaları, yeni yatırım gereksinimlerinin ortaya çıkması, turistlerin daha yukarı düzeyde konaklama koşulları ve kullanabilecekleri ortak alanlar aramalarıdır. Almanya'da 184 bin yatak kapasiteli bir kırsal turizm konaklama kapasitesi çiftçi ailelerine ek gelir sağlamakta, yılda 100 gün geceleme olanağı sağlayan çiftlikler, ekonomik bakımdan verimli olmaktadır.

Kanada'da Kırsal Turizm: Kanada'da kırsal turizm uygulamalarına bir örnek olarak küçük bir il olan, Prince Edward adasındaki Evangeline bölgesi gösterilebilir. Prince Edward adasında aile, kilise, okul ve toplum örgütü formu geleneksel sosyal yapısını hala korumaktadır. Adanın nüfusu 138.900 olup nüfusun %56'sı kırsal alanlarda yaşamakta ve henüz %10'u tarımsal arazilerde yaşarken, %47'si ada kesiminde yaşamaktadır. Yörede temel ekonomik geçim kaynağı balıkçılık ile tarım arasında değişirken araziler henüz tarımsal amaçlı kullanılmaktadır. Evangeline bölgesindeki turizm genel olarak aile ve sosyal yapı arasındaki yakın ilişki, Roma Katolik dini, Fransız dili ve Acadian kültürüne dayanmakta olup bu faktörler turistlerin yöreyi ziyaret etmelerinde temel teşkil etmektedir. Örneğin, 1999 yılında

yöreyi ziyaret eden gün aşırı ziyaretçilerin %11'inin (12.859 kişi) yöreyi ziyaret etmelerindeki temel etken tarih ve kültürdür. 2000 verilerine göre ise yöreyi ziyaret eden 1,18 milyon ziyaretçiden %22'si (259.600 kişi) Acadian kültürünü tanımak için gelmiştir. Acadian kültürünün bu kadar önemli olmasının nedeni, Acadianların İngilizler tarafından topraklarından çıkarılarak bu bölgeye gelip yerleşen doğu Kanada'nın Fransız göçmenleri olmalarıdır.

Avusturya'da Kırsal Turizm: Avusturya kırsal turizmin en iyi şekilde organize edilip yürütüldüğü ülkelerin başında gelmektedir. Özellikle büyük kent yakınları ve dağlık bölgelerdeki köylerde ve çiftliklerde yaygın olan kırsal turizm faaliyeti çok gelişmiştir. 36 köyü içine alan "yeşil köyler" projesi ile bu alandaki kırsal turizm faaliyetleri bir standarda bindirilmiştir. Günümüzde Avusturya'da köylerde ve çiftliklerde sürdürülen kırsal turizm özellikle büyük kentlerin yakınları ile dağlık bölgelerde yaygınlık kazanmaktadır. Avusturya'daki çiftlikler 109.000 turistik yatak sağlar ve bu rakam Avusturya'daki tüm yatak kapasitesinin 1/6'sını oluşturur. Çiftliklerin %7,5'i turistik konaklamaya açılmış olup, dağlık olan bölgelerde ise bu oranın çok çok üstüne çıkılmaktadır.

İngiltere'de Kırsal Turizm: GB Day Visits Survey, 2011 Summary raporuna göre İngiltere'de, kırsal alanlara 430 milyon günlük ziyaret yapıldığı ve 11 milyar 856 milyon sterlin gelir elde edildiği, 22 milyon geceleme gerçekleştirildiği ve bu sayede de 3 milyar 559 milyon sterlin gelir elde edildiği belirtilmektedir. İngiltere'de bazı görüşler, kırsal turizmin doğayı tahrip ettiği yönündedir. Zıt görüşte olanlar ise; kırsal turizmin çok az alan kullandığını, buna karşın çok fazla gelir getirdiğini savunmaktadır. Nitekim Devon kenti kırsalında 1973 yılında tarımda 2.250 kişi işlendirilmişken daha sonra kırsal turizm yoluyla işlendirme 38.800 kişiye ulaşmıştır. Kırsal turizm de çiftliklerin kullanılması hayli yaygındır ve buralarda binicilik yapılır. İngiltere de kırsal alanda gerçekleştirilen diğer turizm türü de akarsu turizmidir. Bunlara Norfllk ve Broads örnek verilebilir. Ayrıca İskoçyalılar bölgesel parklarını yeşil turizme açarak doğa yürüyüşü yapmaktadırlar. İngiltere de kırsal turizm ülkenin ikinci en büyük turizm alanı olan West Country de en fazla yaygınlık gösterir. Galler'de paket köy programları uygulanmaktadır (Emiroğlu, 2013).

Macaristan: Macaristan'da yabancı turistler daha çok Balaton Gölü civarında organize edilen atlı gösteriler ile folklor programlarına talep oluşturmaktadırlar. Çok sayıda gölün yer aldığı Lake District bölgesi önemli bir turizm bölgesidir. Göl kenarındaki ağaçların altında büyükbaş hayvanlar ve gölde su sporu yapmak için kullanılan jetskiler yan yana görülebilmektedir. Ayrıca eski devirlerde maden ocağı olarak kullanıldıktan sonra terk edilen birçok mağara,

sesli, ışıklı ve görsel animasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca birçok tarihi şato günübirlik olarak turistlerin en çok rağbet ettikleri yerler arasında bulunmaktadır (Yılmaz ve Gürol, 2012: 26).

1.3.5 Sualtı Dalış Turizmi

Su altı dalış turizmi, deniz turizmi alt sektörlerinden biri olup; su altı dünyasının flora, fauna ve arkeolojik kültür varlıklarını görmek, fotoğraflamak, filme almak ve sportif balık avlama amaçlı olarak gerçekleştirilen tanıtım, sportif ve eğitim amaçlı dalışlar ile kıyıda verilen konaklama ve ağırlama hizmetleri içine alan bir turizm çeşididir.

Su altı dalış turizmi son yılların en gözde deniz turizmi alt sektörlerden biridir. Yılın her mevsiminde yapılabilmesi sportif, çevreci ve korumacı özelliklerinden dolayı dünyada hızla gelişmektedir. Avrupa'da dalış sporu ile ilişkilendirilenlerin büyük çoğunluğu tatillerini kendi ülkelerinin dışında geçirmektedir. Çeşitli ülkelerdeki bazı turizm merkezleri, yılın 12 ayı dalış turizmine yönelik organizasyonlar gerçekleştirmektedir.

Dalış turizminde 2003 yılında dünyada aktif dalgıç sayısı yaklaşık olarak 7 milyondur. Bu sayı önde gelen ülkelerden olan Amerika Birleşik Devletleri'nde 2.5 milyon, İngiltere'de ise 100 bin dalgıç olarak kabul edilmektedir. Dalış turizminde 2003 yılından bu yana dalgıç sayısındaki artış düşünüldüğünde dalış turizminin dünyada ve önde gelen ülkelerde önemli bir gelişme gösterdiği ve dalış turizminin ülkelerin turizm ekonomisinde önemli yer edindiği açıktır.

21. Yüzyılda yaşanan gelişmeler sonrasında dalış turizminde hızlı bir ivme yaşanmış, dalgıçlar bilgi-iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde dalış bölgeleriyle ilgili her türlü bilgiye ulaşmıştır. Bu da dalış turizminde uluslararası bir hareketlilik sağlamaktadır. Bu nedenle dalış turizminde önde gelen ülkeler çekicilik yaratan unsurlarını her türlü bilgi iletişim teknolojileriyle dalış turizmi pazarına sunmaktadır.

Dünya'nın gözde dalış bölgeleri arasında Galapagos Islands, Morchead City, Little Cayman, Palau (Micronesia), Cozumel (Mexico), Bonaire, Tobermony (Canada), Great Barrier Reef (Australia), British Columbia (Kanada), Egyptian Red Sea sayılabilir. Dünyada en fazla balıkadamın bulunduğu ülke Amerika Birleşik Devletleri iken en fazla balıkadam çeken ülke Avustralya'dır. Avustralya'da Queensland eyaletinde Great Barrier Reef Marine Park balıkadamların en çok ziyaret ettiği yerdir. Bu bölge yılda yaklaşık 1.8 milyon balıkadam çekmektedir (Akkoç, 2013).

1.3.6 İnanç Turizmi

Dünya turizminde yaşanan gelişmeler, turist tipinin ve beklentilerinin değişmesiyle birlikte farklı özelliklere sahip turistik beldeler ve turizm faaliyetleri, gün geçtikçe daha çok tercih edilir olmuştur. Günümüz şartları seyahatleri kolaylaştırdığı, ulaşım ve haberleşme teknolojileri ileri seviyeye ulaştığı ve özellikle Batı Avrupa ülkelerinde ve Amerika'da kişi başına düşen milli gelir yükseldiği için, inanç turizmi gittikçe daha geniş kitleleri ilgilendiren bir faaliyet olmuştur (Kurnaz, 2013).

Turizmde insanlar gezmek görmek ve dinlenmek amacındadırlar. Farklı bir turizm türü olan inanç turizminde ise, diğer turizm çeşitlerinden farklı olarak insanlar inançlarının gerektirdiği dini vecibelerini yerine getirmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerleri ziyaret etmektedirler.

.Tablo 1. Dünyadaki Başlıca Dinler ve İnanan Sayıları

Dinler	İnanan Sayıları (Milyon Kişi)
Hristiyan	2.200
Müslüman	1.600
Hindu	1.000
Budist	500
Yahudi	14
Geleneksel Dinler	400

Kaynak: Demircioğlu, B. (2013). Dünyanın Üçüncü Dini; Dinsizlik. Genç Dergi, Aylık Gençlik Dergisi, Sayı :76.

Yukarıdaki tablo, başlıca dinlere mensup 5 milyar 714 milyon insanın bulunduğunu göstermektedir. Dünyada 2,2 milyar Hristiyan, 1,6 milyar Müslüman ve 1 milyar Hindu, 500 milyon Budist ve 14 milyon Yahudi yaşamaktadır. Bunlara ek olarak geleneksel dinlere inanan 400 milyon insan yaşamaktadır.

İnsanlar özellikle inançlarının geçmişine uzanmak, dinlerinin önemli merkezlerini ziyaret etmek, inançlarının zorunlu gördüğü ziyaretleri yaparak "hacı" olmak ve bu şekilde manevi tatmin ve iç huzuru yakalamak istemektedirler. Hatta bu yerler sadece inananları tarafından değil, meraklıları tarafından da ziyaret edilmekte ve bu mekanlar tur organizasyonları içerisinde özellikle yer almaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, özellikle Budizm ve

Hinduizm kendi din ve kültürlerini turizm amaçlı olarak pazarlama konusunda daha hoşgörülü olan dinlerdir.

Harita 1. Dünya İnanç Turizmi Haritası

Kaynak: Zengin, A. (2010). Eyüp Kentsel Sit Alanının İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerleşim Dokusunun Korunması Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, s. 38.

Haritada görüldüğü üzere dünyanın farklı bölgelerinde birçok inanç ve hac merkezleri bulunmaktadır. Bunlardan toplum tarafından en iyi bilinen dini ve kültürel fenomenlerden biri olan Hac yolculuğu; Budizm, Hinduizm, İslam, Yahudilik ve Hristiyanlık gibi dünyanın en büyük dinlerinin önemli bir özelliğidir.

İslamiyet'te Mekke ve Medine; Hristiyanlık'ta başta Kudüs, Roma, Compostelle, Lourdes ve Fatima olmak üzere birçok hac mekanı vardır. Hristiyanlığın Anadolu'da da ziyaret yerleri vardır. Bu mekânlar Hristiyanlık tarihi ve önemli şahsiyetleriyle bağlantılıdır. Pavlus'un misyonerlik gezileri esnasında dolaştığı yerler bugün bazı Hristiyanlarca ziyaret edilmektedir. Antakya bu yerlerden biridir. Pavlus, Petrus ve Barnaba burada Hristiyanlığı yaymışlar ve Antakya Kilisesi beş büyük kilise arasında yer almıştır. Diğer bir kutsal mekân da Efes'tir. Pavlus Efes'te kalarak Hristiyanlığı yaymaya çalışmış, Havari Yuhanna ise burada yaşamış ve ölünce buraya defnedilmiştir. Hinduizmde, Hindistan toprakları, iki bin yıldan beri hac mekanı olarak kabul edilir. Özellikle hac yerleri Benares ve Ganj Nehri'dir. Ayrıca Tanrı Vişnu ve Şiva'ya adanan büyük mabetler de hac merkezi olarak kabul edilir. Bu hac merkezlerine

bir Hindu durumuna göre yılda birkaç sefer gider. Budizmde hac ziyareti, Buda'ya ait mekânlarla ondan kalanların bulunduğu yerlere yapılır. Bodhi Gaya, Hindistan'da Budistlerin en önemli hac yeridir. Bunun dışında hac için ziyaret edilen yerler; Nepal'deki Buda'nın doğum yeri olan Lumbini, Buda'nın ilk vaazını yaptığı Benares'deki Geyik Parkı ve Buda'nın öldüğü yer olan Kuşinagara'dır. Yahudilikteki hac mekânlarını üç grupta toplamak mümkündür. İlk olarak, Kudüs ve çevresinde oluşmuş, tarihî özelliğe sahip ve Kitab-ı Mukaddes'in tarihi içinde ortaya çıkan Ağlama Duvarı gibi mekânlardır. İkinci olarak, genelde Celile'de bulunan, Talmut ve Kabala'da adı geçen bilgelerin mezarları, son olarak ise, Diaspora (Filistin dışında Yahudilerin yaşadıkları merkezler) bulunmaktadır. Şintoizm'de hac merkezi olarak kabul edilen yer ise, İse'dir (Kurnaz, 2013) .

1.3.7 Etkinlik Turizmi

Turistik bir ürün olarak etkinlikler konaklama, yeme içme, alışveriş ve diğer aktivitelerden meydana gelmektedir. Etkinlikler düzenlendikleri destinasyonlar için turizm pazarını genişletme, turistlerin dikkatini çekme, imaj yaratma, tanıtıma yardımcı olma ve ekonomik fayda sağlama gibi birçok faydası bulunmaktadır. Etkinliklerin turizmin içindeki yerine ilk defa 1987'de Yeni Zelanda Turizm ve Tanıtma Bölümü tarafından dikkat çekilerek uluslararası turizm pazarında hızla ve gelişen bir turizm çeşidi olarak etkinlik turizminden bahsedilmiştir. Bu tespit doğrultusunda etkinlik turizmi konusunda ilk çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda etkinlik turizmi ile ilgilide literatürde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır (Yıldırım, 2014).

Tassiopolulus (2005: 4) etkinlik turizmini; etkinliklerin turist çekicilikleri olarak, sistematik bir biçimde geliştirilmesi, planlanması, pazarlanması ve yürütülmesi olarak tanımlamış ve etkinlik turizminin amaçlarını aşağıdaki sıralamıştır.

* Destinasyon için olumlu bir imaj yaratmak,
* Turizm sezonunun uzatmak,
* Turizm talebini bir alana daha eşit yaymak ve
* Yerli ve yabancı ziyaretçileri çekmek olarak sıralamıştır.

Dünyada ilgi çeken birçok etkinlikten bahsetmek mümkündür ancak bunların içerisinde en fazla ilgi çeken etkinlikler anma, festivaller ve dini etkinlikleridir. Bu etkinlikler genellikle kültürel etkinlikler başlığı altında incelenmektedir.

Her toplumun tarihinde önemli bir yere sahip kişi ve olaylar için her yıl düzenli olarak etkinlikler düzenlenmektedir. Anma etkinlikleri hem olayın gerçekleştiği yerde veya kişinin

mezarı başında yapılırken hem de olay veya kişinin önemine göre farklı yerlerde de gerçekleştirilmektedir. Bu bölgeleri ziyaret eden turistlerin katılımıyla gerçekleşen turizm çeşidi de literatürde savaş alanları turizmi, thana turizm, kültürel miras turizmi, dark turizm; hüzün turizmi olarak adlandırılmış ve bu konuda bilimsel çalışmalar yapılmıştır. Örneğin, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nda her yıl 18 Mart ve 25 Nisan'da birçok insanın katıldığı etkinlikler düzenlenmektedir. 1980'lerden beri özellikle 25 Nisan Anzak Günü etkinlikleri ve Şafak ayinine katılmak için her yıl artarak binlerce Avustralyalı ve Yeni Zelandalı genç Türkiye'de Çanakkale / Gelibolu Yarımadası'na gelmektedir.

Günümüzde kültürel etkinlikler içerisinde yer alan festivaller, içeriği itibariyle bir destinasyonun doğal ve fiziksel özelliklerinin önüne geçmeye başlamıştır. İspanya'da gerçekleştirilen Boğa Güreşleri ve Domates Festivali, Brezilya'daki Rio Karnavalı, Fransa'daki Cannes Film Festivali, Paris, Londra, Milano Moda Haftaları gibi büyük çapta ve dünyaca ünlü etkinlikler, uluslararası basın tarafından ilgiyle takip edilmektedir. Festivallerin kentlerin tanıtımına sağladığı katkıya birkaç örnek vermek gerekirse: Her yıl Şubat veya Mart aylarında düzenlenmekte olan Rio Karnavalı, uluslararası festivaller içinde en ünlülerinden biridir. Her yıl binlerce insan bu festivali canlı olarak izlemek için Brezilya'nın Rio de Janeiro kentini ziyaret ederler. Rio de Janeiro karnavalla o kadar özdeşleşmiştir ki, dünyanın neresinde olursa olsun Rio denilince birçok insanın aklına Rio Karnavalı gelmektedir. Rio Karnavalı 15. Yüzyıl'da Portekizliler tarafından düzenlenmeye başlamıştır. Önceleri fakir ve dar gelirli kişilerin sürdürdüğü bir gelenek olsa da daha özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısında itibaren dünyaca ünlü hale gelmiş ve Rio kentinin sembolik değeri haline gelmiştir.

Berlin Uluslararası Film Festivali, her yıl düzenlendiği iki hafta içerisinde 120 ülkeden 19.000'den fazla film profesyonelinin, 4000 gazetecinin katıldığı, 200.000'den fazla biletin satıldığı, Dünyanın en büyük festival katılımının sağlandığı, iş, kültür ve sanat çevrelerinin yoğun ilgi gösterdiği önemli bir kültür organizasyonudur (Kömürcü, 2013).

Her yıl Mayıs ayının ikinci haftasında düzenlenen Cannes Film Festivali, dünyanın en önemli film festivallerinden birisidir. Fransa'nın güneyinde Akdeniz kenarında bulunan Cannes şehri, adeta film festivali ile özdeşleşmiştir. Cannes şehri, insanların kafasında film festivali ile birlikte yer etmektedir. Şehrin 65 – 70 bin civarlarındaki nüfusu, festival zamanlarında 300 bini aşmaktadır. Otellerde aylar öncesinden boş yer bulunmamaktadır. Binlerce insan festival zamanı dünyaca ünlü film yıldızlarını görmek için büyük masraflara katlanarak şehri ziyaret etmektedir. Festival süresince turistler kente son rakamlara göre yaklaşık 300 milyon Dolar döviz bırakmaktadır. 300 milyon Dolar, 70 bin nüfuslu küçük bir şehir için oldukça büyük

sayılabilecek bir gelir anlamına gelmektedir. Örneklerden de görüldüğü gibi festivaller kentin tanıtımında önemli roller oynamaktadır. Kentin cazibe merkezi haline gelmesi, isminin dünyaca tanınır hale gelmesi ve önemli miktarda döviz çekmesi noktasında festivaller katkı sağlamaktadır (Tayfun ve Arslan, 2013).

Kültürel etkinlikler başlığı altında ele alınan etkinliklerden biri de dini etkinliklerdir. Dini etkinlikler, toplumların dini inançları doğrultusunda yapılan etkinliklerdir. Müslümanlar için önemli olan Kutlu Doğum Haftası etkinlikleri, Aşure Günü etkinlikleri, Ramazan etkinlikleri, Hristiyanlar için Paskalya, Noel kutlamaları, dini etkinliklerden bazılarıdır (Yıldırım, 2014).

1.3.8 Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, daha önce yaşanmamış bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli olarak tanımlanabilmektedir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013). Gastronomi turizminin kökeni tarım, turizm ve kültüre dayanmaktadır. Tarım, turizm ve kültür, gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına olanak yaratmaktadır. Tarım, ürünü sunmaktadır; kültür, tarihi ve otantikliği; turizm ise alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar gastronomi turizmi altında buluşmaktadır. Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültür, gastronomi turizminin göz ardı edilemez önemli bir parçasıdır.

Gastronomi turizmi, tatil amaçlı bulunulan yerde yaşayan yerel halk ve turist arasında sembolik etkileşim ile iç içe geçmiş duygusal bir bağ kurulmasını sağlar ve destinasyon imajı için çok kuvvetli bir gelişime yol açar. Bununla birlikte, tecrübe kazanılan yemekler, yiyenler için yüksek statü sembolü haline gelirken, bazen de yemeği tüketenler yüksek statüsü sayesinde çok güçlü bir sosyal anlama ve işleve sahip olmaktadır. Seyahat esnasında gastronomi turizmi ürünleri ile zaman geçiren turistlere yönelik bu kazanımlar motive edici olmakla birlikte turistlerin destinasyonun yemek kültürüne ve dolayısıyla yöre adetlerine hakim olmasını da sağlamaktadır. Destinasyonda kullanılan bir baharat ya da turistlerin günlük yaşantılarında çok alışık oldukları halde dikkat etmedikleri yiyecek ürünlerine deneyimler sayesinde sembolik anlamlar yüklenerek tatil sonrasında da turistlerin sürekli olarak bölgeyi hatırlamasını sağlar. Yiyecek ile ilgili aktiviteler bölgesel etkileşim için bir araç haline geldiklerinde, başarılı bir gastronomi turizmi ve destinasyon markalaşması için kriter haline gelirler.

Bir bölgenin yemekleri, o bölgenin seçiminde ve oraya gelen turistlerin yaşadığı deneyimler üzerinde önemli etkiye sahiptir. Bir bölgenin yemekleri o bölgeye ait iklim, konaklama, manzara gibi önemli çekicilik unsurları arasında yer almaktadır. Farklı yemekleri tatma ve deneme duygusu, seyahat deneyiminin temel motivasyon faktörü olabileceği gibi toplam deneyimin ikincil amacı olarak da görülebilmektedir. Bazı kişiler yeni mutfakların lezzetlerini tatmak için seyahat ederler. Ayrıca gastronomi turizmi, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanmasından ziyade yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla turistlerin seyahat etmesidir. Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültür, gastronomi turizminin göz ardı edilemez önemli bir parçasıdır. Gastronomi turizmi bir özel ilgi turizmi olmasının yanında, ev sahibi bölgenin yemekleri sayesinde kültürel özelliklerinin de öğrenilmesinden dolayı gastroturisti aynı zamanda kültür turisti haline getirmektedir (Akgöl, 2012). Kırsal Seyahat Endüstrisi Birliğinin yapmış olduğu araştırmaya göre; gastronomi turizmine katılan turistlerin yaklaşık olarak % 70'i gittikleri yerlerde, bölgesel veya yöresel yiyecekler, yemek tarifleri, şarap, vb. ürünleri ikamet ettikleri yerlere götürerek, bunları aile ve arkadaşları ile paylaşma niyetinde olduklarını belirlemiştir. Bu sonuç; gastronomi amaçlı seyahat eden turistlerin ülke, bölge ve yöre tanıtımı için son derece önemli olduğunu göstermektedir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013).

Uluslararası Gastronomi Turizmi Derneği'ne (The International Culinary Tourism Association) göre, yerel içecek ve yiyeceklere yönelik turistik eğilimin daha çok yerli turistler tarafından gerçekleştirildiği, Amerika'da 2010 yılında iç turizme katılanların %17'sinin gastronomi turizmiyle ilişkili olduğunu ve 2007'den bu yana 27 milyon Amerikalının bu turizm faaliyetinde bulunduğunu belirtmektedir. Raporda ayrıca, İngiltere'nin gastronomi turizminden her yıl yaklaşık 8 milyar Dolar gelir elde ettiği ifade edilmektedir. Etnik mutfağın özellikle Hint, Thai, Kuzey Amerika, Meksika ve Çin başta olmak üzere her geçen gün çekiciliğinin arttığı ve turistler tarafından tercih edildiği de anlaşılmaktadır. Yiyecek ve içecek festivallerinin turistlerin tatil tercihinde etkili olan en önemli unsur olarak gösterildiği raporda, bu festivallerin Avrupa'da daha yaygın hale gelmeye başladığı yazılmaktadır. Gastronomi turistlerinin ise genellikle ortalamanın üzerinde geliri olan, eşleriyle birlikte seyahate çıkan ve 30 ile 50 yaş aralığında bulunan, seyahat başına ortalama 1200 Dolar harcayan ve bu harcamanın üçte biri yani 450 Dolarını da yiyecek içeceğe harcayan kişilerden oluştuğu tespit edilmiştir.

1.4 GÜNEY AVRUPA/AKDENİZ ÇANAĞINDA TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Turizmin küresel yapısından faydalanan önemli çekim merkezlerinden birisi de Akdeniz ve Akdeniz ülkeleridir. Çeşitli kaynaklardan derlenen verilere göre, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Akdeniz bölgesini 21 ülkeyle sınıflandırmaktadır. Arnavutluk, Bosna-Hersek, Cezayir, Fas, Fransa, Hırvatistan, İspanya, İsrail, İtalya, Karabağ, Kıbrıs (Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi), Libya, Lübnan, Malta, Mısır, Monaco, Slovenya, Suriye, Tunus, Türkiye ve Yunanistan'dan oluşan Akdeniz çanağında, en fazla ziyaretçiyi çeken ve en fazla geliri elde eden ülkeler Fransa ile İspanya' dır.

2013 yılı itibariyle Dünya turizm talebinin % 50' sinden fazlasına sahip olan Avrupa kıtasında Akdeniz çanağında yer alan ülkelerde bu talebin yarısını almaktadır. Yani dünya turizm pazarının ¼'ü bu bölge içerisindeki destinasyonları tercih etmektedirler. Öte yandan, Avrupa turizminin en büyük iki pazarı olan Almanya ve İngiltere, Akdeniz destinasyonlarının da en önemli turist pazarları olarak öne çıkmaktadır. Yapılan uzun dönemli tahminlere göre turizmin, Akdeniz çanağındaki ülkelerin gayrisafi hasılasına doğrudan katkısının ise 2024'te 500 milyar Doları geçmesi beklenmektedir.

2013 yılı verilerine göre 257 milyar Dolarlık bir pazar hacmi olan Akdeniz çanağı, sırasıyla 2010 yılında 291,3 milyon turist ve 242,5 milyar Dolar gelir elde etmiştir. 2011 yılında ise turist sayısında %2,3'lük bir artış ile Akdeniz havzası 298,0 milyon turiste kapılarını açmıştır. Aynı yıl % 7'lik bir artış ile turizm gelirleri de 259,4 milyar Dolara yükselmiştir. Akdeniz ülkeleri için 2012 yılı, gelen turist sayısı ve turizm gelirleri açısından beklentilerin altında kalmıştır. Bu yıl içerisinde turist sayısı, geçmiş yıla nispeten % 0,9 gibi küçük bir yükseliş yaşayarak 300,7 milyon olmuş, ancak turizm gelirleri ise yaklaşık % 4'lük bir düşüş yaşayarak 249,7 milyar Dolara gerilemiştir. Akdeniz havzası 2012 yılında yaşadığı daralmayı 2013 yılında karşılamış ve turist sayısı % 3,3 oranında bir artışla 310,3 milyona yükselmiş, turizm gelirleri de % 3 kadar büyüme göstererek 257,1 milyar Dolara çıkmıştır.

Akdeniz havzasının dünya genelindeki turizm gelirlerinden aldığı pay yaklaşık % 23, gelen uluslararası turist sayılarından elde ettiği pazar payı ise % 28 civarındadır. Akdeniz havzasının küresel boyutta gerçekleşen turist akımlarının en yoğun olduğu destinasyonları barındırdığı ve aynı zamanda dünya üzerindeki turizm kaynaklı gelirlerinde neredeyse ¼'ü gibi büyük bir dilimini kontrol etmesi bu havza içerisindeki ülkeleri daha rekabetçi olmaya sevk etmiştir. Özellikle çanağın kuzeybatısında bulunan Fransa, İspanya ve İtalya ile kuzeydoğusu içinde yer alan Türkiye ve Yunanistan'ın başı çektiği bu beş büyük destinasyon, bütün havza içinde gerçekleşen turist hareketliliğinin % 80'i ile aslan payının alırken geriye kalan % 20 gibi

küçük bir dilimi ise diğer 16 ülke arasında paylaşılmaktadır. Bu 5 destinasyonun ezici üstünlüğü, turizm gelirlerinde de % 80'lik bir pay ile kendini göstermiştir.

Akdeniz çanağı ülkeleri turizminden en büyük payı alan ülke, kuzeybatı Akdeniz bölgesi içerisinde yer alan Fransa'dır. 2012 (2013 verileri henüz rapor edilmemiştir.) verilerine göre Fransa'nın 83.03 milyon turist sayısı ile istikrarlı şekilde birinciliğini sürdürdüğü görülmektedir. Dünya turizminde olduğu gibi Akdeniz çanağı ülkeleri arasında da ikinci sırada yer alan İspanya'nın 2013 yılı turist sayısı ise 60,6 milyondur. 2013 yılında 47,7 milyon turisti ağırlayan İtalya Akdeniz çanağında üçüncü sırada yer almaktadır. Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi içerisinde iki güçlü rakip, Türkiye ve Yunanistan bulunmaktadır. 2013 yılı itibari ile Kuzeydoğu Akdeniz bölgesine gelen yaklaşık 65 milyon turistin 27.9 milyonunun Türkiye'yi tercih ettiği görülmektedir. Aynı yıl Yunanistan bir önceki yıla göre %15,5 oranında artışla 17.9 milyon turisti ağırlamıştır. Yıllar içindeki turist sayısı artışları incelendiğinde artış oranın en yüksek olduğu ülke Türkiye'dir. Türk turizminin hızlı ve kesin yükselişi sayesinde de Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin Akdeniz havzası içindeki turist sayısındaki payı 1990 yılında %10 iken 2013 yılında bu pay %20'lere ulaşmıştır.

Akdeniz çanağı ülkeleri içerisinde dünya turizminden elde edilen gelirler incelendiğinde 2013 yılı verilerine göre, İspanya 60,4 milyar Dolarlık bir pay alarak ilk sırada yer almaktadır. İspanya'yı sırasıyla 56,1 milyar Dolar ile Fransa ve 43,9 milyar Dolar ile İtalya takip ederken, 27,9 milyar Dolar turizm geliriyle Türkiye dördüncü sırada yer almaktadır. Akdeniz bölgesi ülkelerinin turizm gelirlerinde 2000 yılına göre en yüksek artış Türkiye'de gerçekleşmiştir. Nitekim, Türkiye'nin 2000 yılında 7.6 milyar Dolar olan turizm gelirleri geçen 13 yıllık sürede yaklaşık %210 oranında artarak 27,9 milyar Dolar seviyelerine ulaşmıştır. Turizm gelirlerinde ikinci en yüksek artış %110 oranında İspanya'da gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin turizmde 2000'li yıllarda başlayan hızlı yükselişi istikrar kazanarak Türkiye'yi Akdeniz'in Kuzeydoğusundaki en büyük çekim merkezi haline getirmiştir. Bu yükselişin son 5 yılı incelendiğinde (2009-2013) özellikle 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz turistleri, pahalı Avrupa ülkeleri yerine aynı arz imkânlarını sunan ancak çok fazla tercih edilmeyen alternatiflerine yönlendirmiştir. Bunlar içerisinde en önemli destinasyon merkezlerinden biri de Türkiye'dir. Ayrıca 2010 yılında başlayan ve sonrasında bütün Arap ülkelerini tesir altına alan Arap Baharı olarak adlandırılan sosyal hareket, özellikle tatillerini Ortadoğu ve Afrika'nın Kuzeyinde gerçekleştirmek isteyen turistlerin güvenlik endişeleri nedeniyle rotalarını Türkiye'ye çevirmelerine neden olmuştur. Böylelikle yaşanan bu krizler turizm adına Türkiye tarafından atılan doğru ve stratejik hamlelerle bir fırsata dönüşmüş

ve Türkiye'yi turizmde bu başarısını kalıcı hale getirilebilmesi için yeni vizyonlar geliştirmeye teşvik etmiştir.

Dünya Turizm Örgütü verilerinden yararlanılarak oluşturulan Akdeniz Çanağı içerisinde en çok turizm harcaması yapan ülkeler sıralamasında 2012 yılında 38,9 Milyar ABD Doları ile Fransa ilk sırayı almaktadır. Fransa'yı 26,2 Milyar ABD Doları ile İtalya, 15,2 Milyar ABD Doları ile de İspanya takip etmektedir. İspanya'nın hemen ardından Türkiye ve onun da ardından 3,9 Milyar ABD Doları harcaması ile Lübnan gelmektedir. Aralarında 4,0 Milyar ABD Doları harcama ve % 3,8'lik bir pay ile Türkiye'nin de bulunduğu en çok turizm harcaması yapan ülkeler listesinde yer alan ilk 5 ülkenin yapmış olduğu turizm harcaması, 88,4 Milyar ABD Dolarıdır. Bu sayı Akdeniz çanağında yapılan toplam turizm harcamalarının % 81,8'ini oluşturmaktadır.

1.5 TÜRKİYE'DE TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Çalışmanın bu bölümünde, turizm sektörünün Türkiye'deki görünümü ortaya konulmaktadır. Bu görünüm, sektörün arz ve talep durumu, ilgili kurum ve kuruluşlar, yatırımları etkileyen teşvikler ve turizm çeşitleri şeklinde başlıklandırılmaktadır.

1.5.1 Turizm Sektöründeki Kurum ve Kuruluşlar

Turizm sektöründeki kurum ve kuruluşları, kamu kurumları ve meslek örgütleri şeklinde sınıflamak mümkündür. Tablo 2'de verilen kurum ve kuruluşlar, ülke düzeyinde faaliyet gösteren ve bilinirliği yüksek kurumlardır. Bunların yanında ülke genelinde ve bölgesel bazda faaliyette bulunan birçok kurum ve kuruluş da bulunmaktadır.

Tablo 2. Turizm Sektöründeki Başlıca Kurum ve Kuruluşlar

Kurum Adı	Kısaltması	Görevi	Web Adresi
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı	TCKTB	Türkiye'deki turizm yasası ve politikasından sorumludur.	http://www.kultur.gov.tr
Türkiye Seyahat Acentaları Birliği	TÜRSAB	Seyahat acentacılığı mesleğinin çatı kuruluşudur.	http://www.tursab.org.tr
Türkiye Otelciler Federasyonu	TÜROFED	Otel sektörünün çatı kuruluşudur.	http://www.turofed.org.tr
Turist Rehberleri Birliği	TUREB	Turist rehberliği mesleğinin çatı kuruluşudur.	http://www.tureb.net
Turizm Geliştirme Vakfı	TUGEV	Türkiye'nin turistik değerlerinin yurt içi ve yurt dışında tanıtılması için çalışmaktadır.	http:// www.turizmgelistirmevakfi.org/
Turistik Otelciler, Yatırımcılar ve İşletmeciler Birliği	TUROB	Otelcilik alanındaki işletmelerin aralarındaki işbirliğini geliştirmek üzere çalışmalar yapmaktadır.	http://www.turob.com
Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü	SHGM	Havacılık faaliyetlerini kanunlar, yönetmelikler ve talimatlar çerçevesinde yürütmek üzere kurulmuş bir kamu kurumudur.	http://www.shgm.gov.tr
Türkiye Resmi Turizm Portalı	GOTURKEY	Türkiye'nin etkin tanıtımı için kurulmuş bir web portalıdır.	http://www.goturkey.com
Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği	TYD	Türkiye'de turizm yatırımı yapmak isteyenlere yardımcı olmak ve yatırımcılar arası ilişkileri geliştirmek üzerine çalışmalar yapmaktadır.	http://www.ttyd.org.tr
Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu	TTOK	Türkiye'nin turizm alanındaki en eski kurumlarından biri olarak Türk Turizmi'nin geliştirilmesi üzerine çalışmalar yapmaktadır.	http://www.turing.org.tr
Turizm Araştırmaları Derneği	TURAD	Turizm sektöründeki uzmanların birikimlerinin paylaşılması amacıyla çalışmalar yürütmektedir.	http://www.turad.org

1.5.2 Türkiye Turizm Sektöründe Arz Yapısı

Türkiye Turizm Sektörü 'nün arz yapısı konaklama, yeme-içme ve eğlence arzı olarak sınıflandırılmaktadır. İstatistiki verilerle Türkiye'nin durumunun ortaya konulduğu bu bölümde değerlendirmeler Turizm İşletme Belgeli tesisler baz alınarak yapılmaktadır.

1.5.2.1 Türkiye Turizm Sektöründe Konaklama Arz Yapısı

Bu bölümde, Türkiye'nin konaklama alanındaki mevcut arz olanakları ve yakın gelecekte arz unsurlarına eklenecek olan olanakları sunulmaktadır. Konaklama ile ilgili arz olanakları, turizm işletme belgeli ve belediye belgeli olmak üzere ikili sınıflandırma ile verilmektedir. Bunun yanında özel belgeli konaklama işletmelerine ait rakamlar da arz açısından belirtilmektedir.

TÜİK 2013 yılı verilerine göre Türkiye'de, 2.982 adet Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin toplam oda kapasitesi 357.440, yatak kapasitesi ise 749.299'dur. Bu kapasitenin %50,8'i Akdeniz Bölgesi'nde bulunmaktadır. Akdeniz Bölgesi'ni sırasıyla Ege Bölgesi (%21,3) ve İstanbul (%10,7) izlemektedir. En az yatak kapasitesine sahip bölge ise (%0,8) Ortadoğu Anadolu Bölgesi'dir.

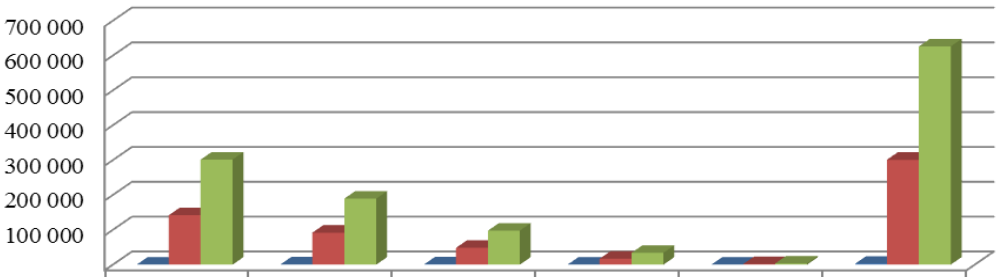
Tablo 3 Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı ve Kapasitesi 2013

İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİ SINIFLAMASI	TESİS		YATAK		TESİS		YATAK	
	SAYISI	%	SAYISI	%	SAYISI	%	SAYISI	%
TR1 ISTANBUL	167	15,8	50.230	16,6	432	14,5	80.313	10,7
TR2 BATI MARMARA	47	4,5	5.956	2,0	166	5,6	19.199	2,6
TR3 EGE	237	22,4	73.464	24,3	665	22,3	159.923	21,3
TR4 DOĞU MARMARA	68	6,4	13.056	4,3	173	5,8	24.832	3,3
TR5 BATI ANADOLU	50	4,7	16.859	5,6	189	6,3	26.302	3,5
TR6 AKDENİZ	252	23,9	101.425	33,6	853	28,6	380.544	50,8
TR7 ORTA ANADOLU	40	3,8	9.246	3,1	109	3,7	17.084	2,3
TR8 BATI KARADENİZ	32	3,0	5.361	1,8	115	3,9	9.033	1,2
TR9 DOĞU KARADENİZ	47	4,5	5.132	1,7	88	3,0	8.074	1,1
TRA KUZEYDOĞU ANADOLU	21	2,0	2.921	1,0	42	1,4	5.336	0,7
TRB ORTADOĞU ANADOLU	35	3,3	4.766	1,6	49	1,6	5.666	0,8
TRC GÜNEYDOĞU ANADOLU	60	5,7	13.446	4,5	101	3,4	12.993	1,7
TOPLAM	**1.056**	**100**	**301.862**	**100,0**	**2.982**	**100,0**	**749.299**	**100,0**

Yatırım belgeli konaklama tesisleri incelendiğinde ise, Türkiye'de 1056 adet Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin toplam oda kapasitesi 139.928, yatak kapasitesi ise 301.862'dir. Bu kapasitenin %23,9'u Akdeniz Bölgesi'nde bulunmaktadır. Akdeniz Bölgesi'ni sırasıyla Ege Bölgesi (%22,4) ve İstanbul (%15,8) izlemektedir. En az yatak kapasitesine sahip bölge ise (%2,0) Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Yatırım belgeli tesis oranlarına bakıldığında Türkiye'de yeni yatırımların Karadeniz, Güneydoğu Anadolu ve Ortadoğu Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmaya başladığı görülmekte, dolayısıyla bu bölgelerimizde turizmi canlandırabilmek için girişimlere hız verildiği görülmektedir.

Tesis tür ve sınıflarına göre bir inceleme yapılacak olursa, Türkiye'de en çok işletme belgeli tesis olarak otel işletmeleri bulunmaktadır. İşletme belgeli otel işletmeleri toplam 2.341adet olup 625 bin 828 kişilik yatak kapasitesine sahiptir. İşletme belgeli otel işletmeleri içerisinde en fazla sayıya ise 3 yıldızlı otel işletmeleri sahiptir. Türkiye'de toplam 773 adet 3 yıldızlı otel işletmesi bulunurken bunu sırasıyla 624 adet 4 yıldızlı, 453 adet 2 yıldızlı, 442 adet 5 yıldızlı, ve 49 adet 1 yıldızlı otel işletmesi takip etmektedir. Ancak yatak sayıları açısından 301 bin 406 yatak ile 5 yıldızlı oteller ilk sırada yer almaktadır. 189 bin 400 yatak ile 4 yıldızlı otel işletmeleri ikinci, 97 bin 579 yatak ile 3 yıldızlı oteller ise üçüncü sırada yer almaktadır.

Grafik 17. Turizm İşletme Belgeli Otel işletmelerinin Kapasiteleri 2013

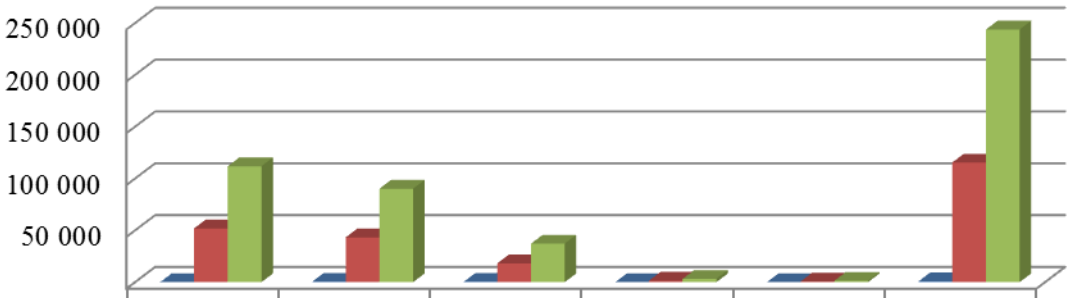


	5 YILDIZLI / 5 Stars	4 YILDIZLI / 4 Stars	3 YILDIZLI / 3 Stars	2 YILDIZLI / 2 Stars	1 YILDIZLI / 1 Star	TOPLAM - Total
Tesis	442	624	773	453	49	2 341
Oda	141 836	91 793	48 285	17 200	1 815	300 929
Yatak	301 406	189 400	97 579	33 943	3 550	625 878

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Türkiye'deki yatırım ve işletme belgeli otel işletmeleri sayı olarak Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler ölçeğinde olsa bile var olan yatak kapasitesi açısından büyük ölçekli işletmelerin önemli ölçüde paylarının olduğu görülmektedir.

Grafik 18. Turizm Yatırım Belgeli Otel işletmelerinin Kapasiteleri 2013



	5 YILDIZLI / 5 Stars	4 YILDIZLI / 4 Stars	3 YILDIZLI / 3 Stars	2 YILDIZLI / 2 Stars	1 YILDIZLI / 1 Star	TOPLAM - Total
Tesis	188	311	292	24	24	839
Oda	51 870	43 217	18 200	1 495	702	115 484
Yatak	111 861	90 187	37 212	3 193	1 324	243 777

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Türkiye'de otellerden sonra en fazla sayıda bulunan işletme, yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefrişi, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arzeden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede hizmet verilen Özel Tesis olarak ifade edilen tesislerdir. Bu tesislerin işletme belgeli toplam sayıları 256, yatak kapasiteleri ise 16.719 kişiliktir. Ancak bu tesislerin yatak kapasitesi, tatil köylerinin yatak kapasitesinin (60.747) yaklaşık %25'i kadardır. Tesis sayı adedi itibariyle çok görülmese de yatak kapasitesi olarak Türkiye'de otellerden sonra en fazla yatak kapasitesine sahip tesisler tatil köyleridir. Genel duruma bakıldığında, Türkiye'deki konaklama arzının otel ve tatil köyleri ağırlıklı olduğu görülmektedir. Yatırım aşamasındaki tesisler de tamamlandığında Türkiye'nin yatak kapasitesinin 1.051.571'e yükseleceği görülmektedir. Çok önemli potansiyel rekabet avantajlarına sahip bulunulan termal turizm alanındaki konaklama arzı dikkat çekicidir. Bu alandaki potansiyelin farkına varan yatırımcıların 9.988 yatak kapasiteli yatırımlarının sürdüğü görülmektedir. 2013 yılı itibariyle 18 bin 751 yatak kapasitesi ve 59 tesis sayısı bulunan termallerin bu kapasitesinin de yeterli olabileceğini söylemek mümkün değildir.

Tablo 4. Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Yatak Dağılımı 2013

Tesis Türü	Yatırım Belgeli (Yatak)	İşletme Belgeli (Yatak)
Oteller	243.777	625.878
Moteller		653
Tatil Köyleri	21.713	60.747
Termal Oteller	9.988	18.751
Termal Tatil Köyleri	948	
Müstakil Termal Apart Oteller		96
Pansiyonlar	298	1.135
Kampingler	914	705
Oberjler		942
Apart Oteller	5.266	12.138
Özel Tesisler	952	16.719
Golf Tesisleri	228	424
Turizm Kompleksleri	7.930	4.564
Butik Oteller	6.848	5.138
B Tipi Tatil Siteleri	2.702	748
Butik Tatil Villaları		136
Dağ Evi	61	272
Çiftlik Evi/Köy Evi	157	59
Yayla Evi	80	28
Hostel		166
Toplam	301.862	749.299

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Tesis tür ve sınıflarına göre Türkiye'de yabancılar için ortalama kalış süresinin en uzun olduğu tesis türü 6,3 gece ile Tatil Köyleridir. Bunu 6,2 gece ile Hosteller, 5,5 gece ile Turizm Kompleksleri izlemektedir. Yerliler için ortalama kalış süresinin en uzun olduğu tesis türü 4,3 gece ile Yayla Evleridir. Bunu 3,7 gece ile Tatil Köyleri, 3,1 gece ile Turizm Kompleksleri izlemektedir.

Yabancı doluluk oranının en yüksek olduğu tesis türü yıllık ortalama % 71,8 ile Golf Tesisleridir. Bunu % 55 ile Tatil Köyleri, % 45 ile Turizm Kompleksleri izlemektedir. Yerli doluluk oranının en yüksek olduğu tesis türü % 40,3 ile Oberjlerdir. Bunu %31 doluluk oranı ile Termal Oteller, % 21,9 ile Dağ Evleri izlemektedir.

Turizm işletmesi belgeli konaklama tesislerine giriş yapan toplam 21,2 milyon yabancının 4,7 milyonunu Almanlar gerçekleştirmiş olup, toplam yabancılar içinde %22,3 ile ilk sırayı almaktadır. Bunu 15,1 milyon (% 16,7) ile Rusya Federasyonu, 1,4 milyon (% 6,6) ile İngiltere izlemektedir.

Toplam 89,6 milyon yabancı gecelemenin 25,2 milyonu (% 28,2) Almanlar, 15,8 milyonu (% 17,6) Rusya Federasyonu, 7,5 milyonu (%8,4) İngiltere tarafından gerçekleştirilmiştir. Belgeli konaklama tesislerinde en uzun süre kalan yabancılar 6,5 gece ile Belarus olup, bunu 6,3 gece ile Lüksemburg, 5,6 gece ile Slovakya izlemektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013 Yılı Değerlendirme Raporu).

1.5.2.2 Türkiye Turizm Sektöründe Yiyecek-İçecek Arzı

Turizm belgeli yeme-içme tesisleri açısından İstanbul 364 tesis ve 104.460 kişi kapasitesiyle birinci sırada bulunmaktadır. İstanbul'u sırasıyla 134 tesis ve 37.752 kişi kapasitesiyle Batı Anadolu Bölgesi ve 108 tesis ve 34.760 kapasitesi ile Ege Bölgesi takip etmektedir. Bu üç bölgenin toplam yeme-içme tesisi kapasitesinin %65,3'üne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yatırım aşamasındaki tesisler açısından bakıldığında ise Ege Bölgesi'nin ilk sırada olduğu görülmektedir. En fazla tesis bulunan üç bölge dikkate alındığında, Akdeniz Bölgesi'ndeki yeme-içme tesislerinin diğer bölgelerdekilere göre daha büyük kapasiteli olduğu görülmektedir. İstanbul 287 ve Ege Bölgesi'ndeki tesisler 321, ortalama kapasitelere sahipken, Akdeniz Bölgesi'ndeki ortalama kapasite 323 kişidir.

Tablo 5. Turizm Belgeli Yiyecek-İçecek Tesislerinin Sayısı ve Kapasitesi 2013

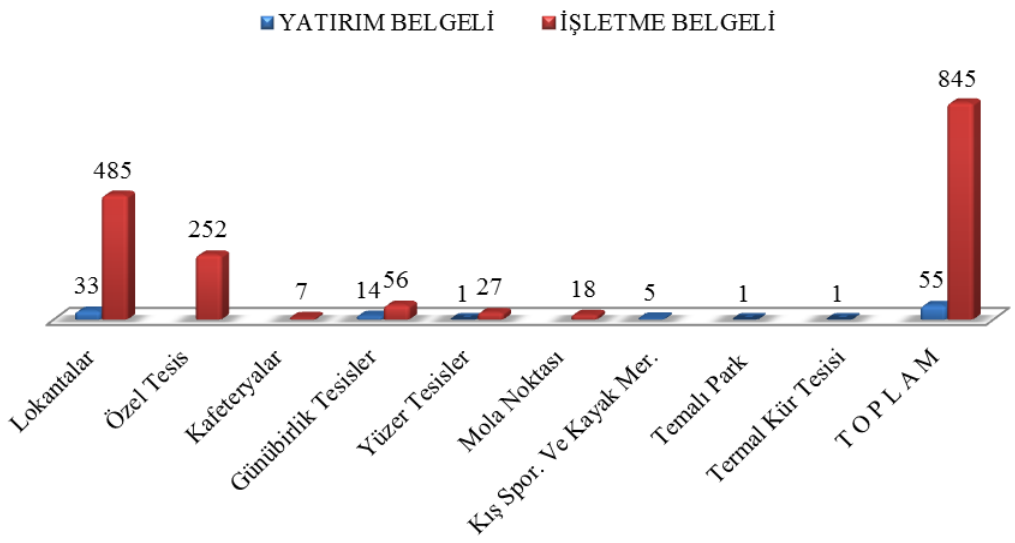
İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİ SINIFLAMASI	TURİZM YATIRIMI BELGELİ		TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ	
	TESİS SAYISI	KAPASİTE (Kişi)	TESİS SAYISI	KAPASİTE (Kişi)
TR1 ISTANBUL	6	1 177	364	104 460
TR2 BATI MARMARA	3	600	26	10 660
TR3 EGE	14	3 193	108	34 760
TR4 DOĞU MARMARA	7	1 720	74	28 294
TR5 BATI ANADOLU	9	3 025	134	37 752
TR6 AKDENİZ	9	3 160	50	16 165
TR7 ORTA ANADOLU	2	7 745	15	3 659
TR8 BATI KARADENİZ	1	50	30	9 843
TR9 DOĞU KARADENİZ			14	4 566
TRA KUZEYDOĞU AND.	3	200	6	1 240
TRB ORTADOĞU AND.	-	-	4	1 730
TRC GÜNEYDOĞU AND.	1	2 10	20	11 629
TOPLAM	**55**	**21 080**	**845**	**270 758**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Yeme içme tesislerinin türlerine göre sayılarına bakılacak olursa, yatırım belgeli 55, işletme belgeli 845, toplam 900 adet yeme içme tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin 33 ‘ü yatırım 485’i

işletme belgeli olmak üzere 518'i lokantalardan oluşmaktadır. Lokantaların dışında 25 adet işletme belgeli özel tesis, 14'ü yatırım, 56'sı işletme belgeli toplam 70 adet günübirlik tesis, 1'i yatırım, 27'si işletme belgeli 28 yüzer tesis, 18 işletme belgeli mola noktası ve 7 işletme belgeli kafeterya bulunmaktadır. Bunlarla birlikte 5 yatırım belgeli kış sporları ve kayak merkezi, 1 temalı park ve 1 termal kür merkezinin de yatırım aşamasında olduğu görülmektedir (Grafik 19). Yeme-içme tesislerinin türlerine göre kapasite dağılımına bakıldığında toplam 260.758 kişilik kapasite içerisinde 1. sınıf lokantaların %53,1 (138.494 kişi kapasite) ile ilk sırada bulunduğu görülmektedir. 1. sınıf lokantaları sırası ile 60.842 kişilik kapasitesi ile özel tesisler ve 19.877 kişilik kapasitesi ile günübirlikçi tesisler ve 17.259 kişilik kapasitesi ile 2. sınıf lokantalar izlemektedir. Yatırım aşamasında bulunan yeme-içme tesislerine bakıldığında ise 1. Sınıf lokantalar ve temalı parkların ön sıralarda bulunduğu anlaşılmaktadır.

Grafik 19. Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı 2013



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

1.5.2.3 Türkiye Turizm Sektöründe Eğlence Yerleri Arzı

Turizm ile ilgili tamamlayıcı nitelikte tesisler olarak ifade edilebilecek eğlence yerlerinin bölgesel dağılımı Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre Türkiye'de 2013 yılı itibari ile turizm işletmesi belgeli 59 tesiste toplam 8.866 kişilik kapasite bulunmaktadır. Yatırım belgeli olarak ise iki işletme bulunmaktadır. Yatırım belgeli bu iki işletmenin kapasitesi, 59 tesisin kapasitesinin yaklaşık %15'i kadardır. Dolayısı ile yeni yapılan tesislerin Türkiye'nin ihtiyacı olan eğlence yerleri için yeterli olmadığı söylenebilir. 2010 yılında Orta Anadolu

Bölgesi'nde yatırım belgesi almış bir tesisteki 13.850 kişilik kapasite dikkat çekmekteydi ancak 2013 yılında bu yatırımın tamamlanamadığı görülmektedir. Turizm İşletmesi Belgeli tesislerde İstanbul ve Batı Anadolu ilk sıraları almaktadır.

Tablo 6. Turizm Belgeli Eğlence Yerlerinin Sayısı 2013

İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİ SINIFLAMASI	TURİZM YATIRIMI BELGELİ		TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ	
	TESİS SAYISI	KAPASİTE (Kişi)	TESİS SAYISI	KAPASİTE (Kişi)
TR1 İSTANBUL			15	2 650
TR2 BATI MARMARA			5	900
TR3 EGE			10	1 220
TR4 DOĞU MARMARA			7	1 015
TR5 BATI ANADOLU			13	1 875
TR6 AKDENİZ	2	1 250	4	566
TR7 ORTA ANADOLU				
TR8 BATI KARADENİZ			2	430
TR9 DOĞU KARADENİZ			1	50
TRA KUZEYDOĞU ANADOLU				
TRB ORTADOĞU ANADOLU				
TRC GÜNEYDOĞU ANADOLU			2	210
TOPLAM	**2**	**1 250**	**59**	**8 886**

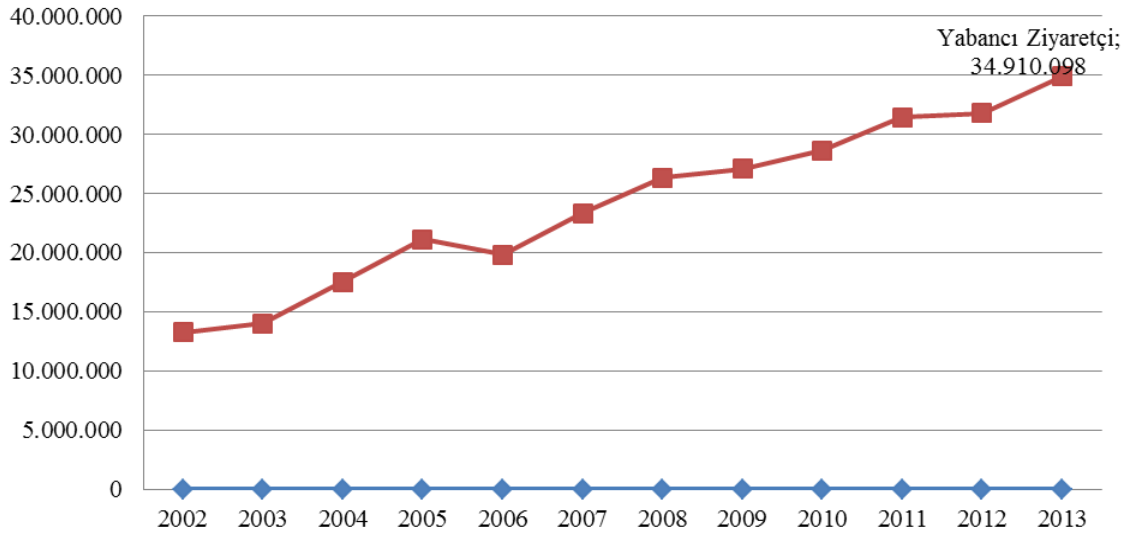
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Eğlence yerlerinin tür olarak dağılımı incelendiğinde müstakil eğlence yerlerinin ilk sırada bulunduğu anlaşılmaktadır. 47 adet tesisin müstakil eğlence yeri olarak faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Yeni yatırım aşamasındaki eğlence yerlerinin tamamı ise eğlence merkezi olarak faaliyet gösterecektir.

1.5.3Türkiye'de Turizmin Mevcut Talep Yapısı

Grafik 20'de 2004-2013 yılları arasında turizm sektörüne yönelen talebin yapısal özellikleri ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Buna göre, 2004 yılında 20 milyon 753 bin olan turist sayısı 2013 yılında 39 milyon 860 bine yükselmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2013 verilerine göre Türk vatandaşları dışında ülkemize gelen yabancı turist sayısı 34 milyon 910 bindir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yıllar itibariyle değişim oranlarına bakılacak olursa, 2013/2012 yılları değişim oranı %9,86, 2012/2011 %1,04, 2011/2010 %9,86, 2010/2009 % 5,74 şeklinde pozitif şekilde seyretmiştir (Grafik 20).

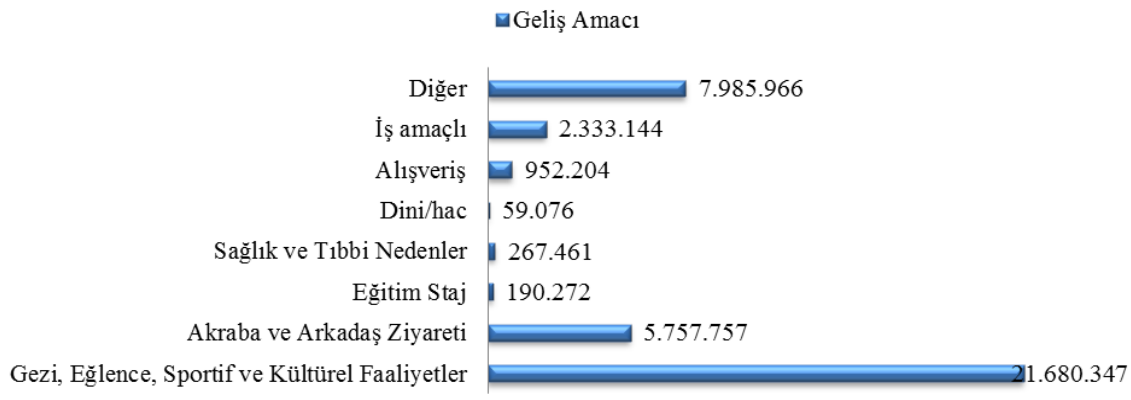
Grafik 20. Yıllar İtibariyle Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Türkiye'ye 2013 yılında gelen 39 milyon 860 bin turistin geliş amaçlarına göre sıralanması durumunda, ilk sırada %54,4'lük oranla gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler (21.680.347) yer almaktadır. İkinci sırada %14,4'lük oranla arkadaş ve akraba ziyaretleri (5.757.757), üçüncü sırada ise %5,8'lik oranla iş amaçlı (2.333.144) ziyaretler izlemektedir. Bu geliş amaçlarını sırasıyla, alışveriş, sağlık ve tıbbi nedenler, eğitim/staj ve dini/hac gibi nedenler izlemektedir.

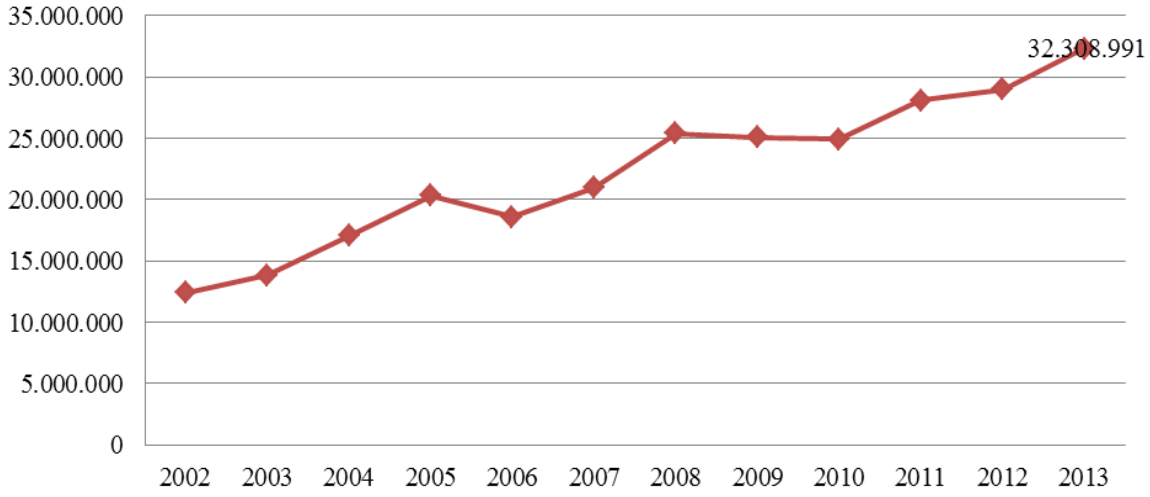
Grafik 21. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı 2013



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Türkiye'ye gelen ziyaretçilerden elde edilen gelir, 2013 yılında bir önceki yıla göre %11,4 oranında artmıştır. 2013 yılında 32 milyar 308 milyon olan turizm geliri, 2012 yılında 29 milyar seviyesindedir. Son on yıllık dönemde Türkiye'nin turizm geliri %100'e yakın bir artışla ilgi çekmeye devam etmektedir. Ülke vatandaşlarından elde edilen gelir çıkartıldığında 2013 yılı turizm geliri 25,5 milyar Dolar seviyelerine düşmektedir. Bu gelir düzeyiyle Türkiye, dünyada en fazla gelir elde eden on ikinci ülke konumundadır.

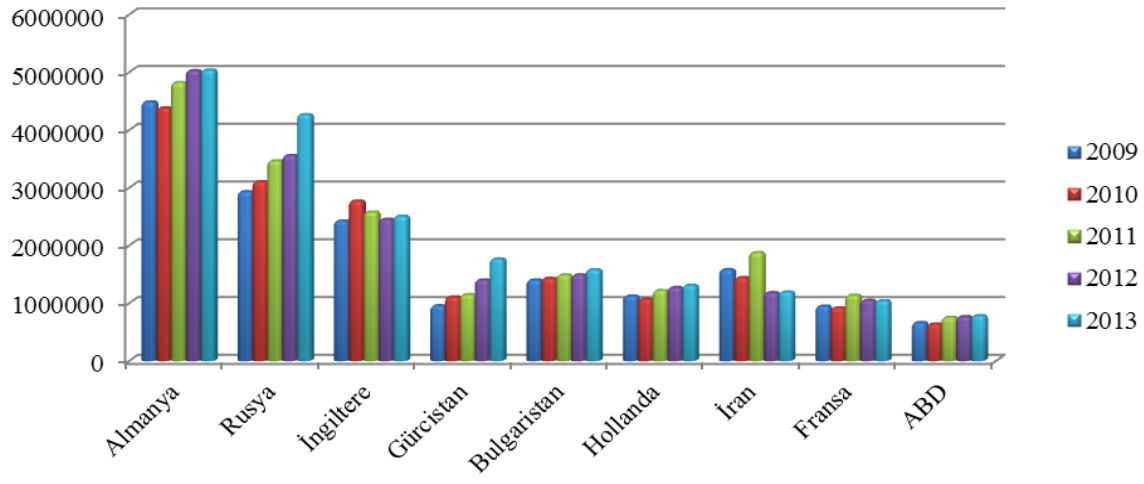
Grafik 22. Yıllar İtibariyle Elde Edilen Turizm Gelirleri



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen turistlerin milliyetlerine göre sıralaması yapıldığında ilk sırada 5 milyon 41 bin ve %14,4'lük pay ile Almanya yer almaktadır. Rusya 4 milyon 269 bin turist sayısı ve %12,2'lik pay ile Almanya'ya oldukça yaklaşmış bulunmaktadır. Türk turizminde Rusya pazarının her geçen yıl büyüyerek devam ettiği söyleyebilir. Rusya'yı % 7,1'lik pay ve 2 milyon 509 bin turist sayısıyla İngiltere takip etmektedir. Bu üç ülkeyi 1 milyon 769 bin turist sayısıyla ve %5,7'lik pay ile Gürcistan, 1 milyon 582 bin turist sayısı ve %4,5'lik pay ile Bulgaristan, 1 milyon 312 bin turist sayısı ve %3,7'lik pay ile Hollanda izlemektedir. Bu ülkelerin dışında Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkeler arasında sırasıyla, İran, Fransa, ABD ve Ukrayna yer almaktadır. Bu ülkelerin 2009 yılından itibaren Türkiye'ye gönderdikleri turist sayılarındaki değişim oranları incelendiğinde en çarpıcı değişimin %46'lık değişim oranı ile Gürcistan'a ait olduğu görülmektedir. Daha sonra %32'lik değişim oranı ile İran ve %31'lik değişim oranı ile Rusya gelmektedir. ABD'den ülkemize gelen turist sayısında da %16'lık bir artış gözükmektedir.

Grafik 23. Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2009-2013)



Kaynak: TUİK, 2013

2013 yılında, toplam gecelemeler 106,5 milyon olup, bunun 89,5 milyonu yabancı gecelemeler, 33 milyonu yerli gecelemelerden oluşmaktadır. 2013 yılında tesiste ortalama kalış süresi, yabancılar için yıllık ortalama 4 gece, yerliler için 2 gecedir. 1990 yılından bu yana geçen dönemde yabancı turistler açısından ortalama kalış süresi ise 3,43 günden 4,23 güne yükselmiştir. Doluluk oranlarında ise %48,10'dan %52,60'a bir yükseliş söz konusudur. Bu yükselişin tam olmasa da istikrarlı bir yükseliş olduğunu ifade etmek mümkündür. Yerli turistlerin ortalama kalış süreleri ise oldukça düşüktür.

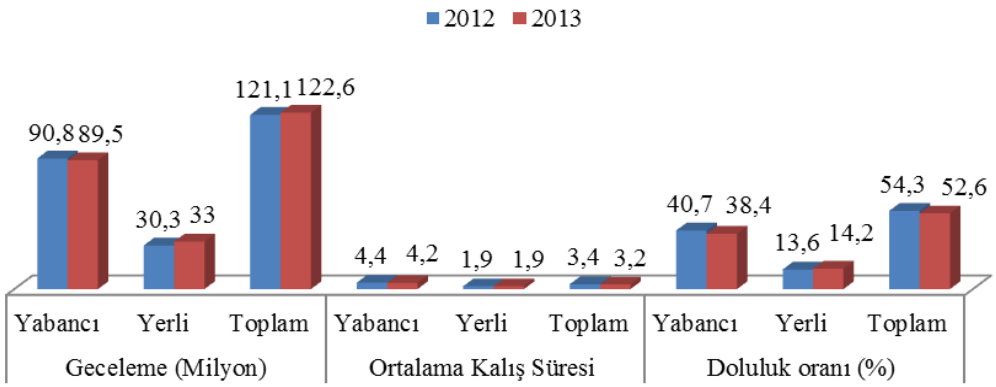
Tablo 7. Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları

	Geceleme (milyon kişi)			Ortalama kalış süresi (gün)			Doluluk oranı (%)
Yıllar	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Toplam
1990	13,3	6,8	20,1	3,43	1,92	2,7	48,1
1995	18,4	9,7	28,1	3,99	1,93	2,92	46,9
2000	28,5	16,4	44,9	4,19	1,86	2,87	36,82
2005	56,1	18,8	74,9	4,33	1,8	3,2	52,38
2010	74,3	23,8	98,1	4,3	1,9	3,3	49,17
2011	78,8	27,7	106,5	4,1	1,9	3,2	51,46
2012	90,8	30,3	121,1	4,43	1,93	3,35	54,34
2013	**89,5**	**33**	**122,6**	**4,23**	**1,94**	**3,2**	**52,6**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Yerli turistlerin 2013 yılında 2012 yılına göre 2,7 milyon daha fazla geceleme yaptıkları görülmektedir. Aynı şekilde ortalama kalış süresi ve doluluk oranlarında da çok azda olsa bir artış bulunmaktadır. Yabancı turistlerde ise 2013 yılında 2012 yılına göre geceleme, ortalama kalış süresi ve doluluk oranlarında gerileme görülmüştür. Gelen yabancı turist sayısı bir önceki yıla göre artmasına rağmen geceleme ve ortalama kalış sürelerinin azalma yönlü bir seyir izlemesi farklı tedbirlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Yatak üzerinden yıllık ortalama doluluk oranı ise % 52,6'dır. Doluluk oranının en yüksek olduğu ay % 52 yabancı ile Eylül ayı, % 17,5 yerli ile Ağustos ayı ve % 67,6 toplamla da Ağustos ayıdır.

Grafik 24. Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranlarındaki Değişim



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

1.5.4 Türkiye'de Turizm Eğilimleri ve Tahminler

Türkiye turizm vizyonu, Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda (2007-2013), dünyadaki eğilimleri dikkate alan bir yaklaşım içinde şekillendirilmiştir. "Türkiye turizm sektörü, Akdeniz'in dördüncü büyük destinasyonu olma noktasını aşmış, sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş bir sektör olarak; eğitilmiş nitelikli işgücü ve düzeyi gittikçe yükselen teknik altyapı, tesis ve servisleri ile öncelikle ülke halkının yaşam ortamını iyileştirici, kendi kaynağını yaratabilen, öz denetim yapabilen, rakip varış noktalarıyla yarışabilir, iç verimliliği yüksek bir sektör haline gelecektir".

Bu kapsamda öncelikler olarak sıralanan;

* Turizmin bölgelerarası gelir ve gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması yönünde katkıda bulunmasına,
* Turizmde sektörel gelişmenin öncelikle yüksek düzeyde nitelik hedefine yönel-mesi, nicelik uğruna nitelikten ödün verilmemesine,

* Turizmin uluslararası turizm pazarından azami pay alabilmesi için yeterli talep yaratılmasının sağlanması yaklaşımı, turizmin ülke ekonomisinin önemli bir gücü olarak değerlendirildiğinin göstergesi olmasının yanı sıra nitelikli gelişme hedefinin 80'li yıllarda benimsenen nicelik ağırlıklı turizm politikalarının terk edilmeye başlandığının göstergesidir. "Turizm yatırımlarının çeşitlendirilmesi, ülke yüzeyine ve tüm yıla yayılması", doğal, kültürel ve tarihi çevrenin korunması", "turizm ürününe özel turizm pazarlarını çekecek nitelikler kazandırılması", "ziyaretçi başına yapılan harcamaların artırılması" gibi sektör için önerilen stratejik tedbirlerle, turizme kültür ve doğa eksenli bir bakış açısı kazandırılmaya, turist profilinin yükseltilmesine çalışılmıştır.

Ülkemizde, turizm sektöründe son yıllarda kaydedilen olumlu gelişmelerin yanın-da, aşağıda belirtilen konularda da tedbir alınması gerekmektedir.

Her şey dahil paket turların, küresel turizm pazarında Türkiye'deki turizm sektörünün başarısına önemli ölçüde katkıda bulunduğu bir gerçektir. Küresel kitle turizm pazarında Türkiye'deki hızlı büyümenin başlıca kaynağını, Türkiye sahillerine gerçekleştirilen paket turlar ve bunlardan elde edilen gelirler oluşturmaktadır. Her şey dahil sistemi turizm faaliyetlerinde rolü son yıllarda tartışılmakla beraber, Türkiye, son yıllarda her şey dâhil sistemini uygulayan ülkeler arasında en önde yer almaktadır. 1999 yılında Avrupa'daki çeşitli problemlere rağmen, Türkiye'nin turizmde yükselen bir eğilim göstermesinin başlıca nedeninin, her şey dahil sisteminin başarılı şekilde uygulanması olduğu söylenebilir. Bu başarılı uygulama, diğer rakip ülkeler tarafından da örnek olarak alınmış, fakat Türkiye ile diğer ülkeler arasındaki kalite ve fiyat farkı, Türkiye'nin avantajlı konuma geldiğini göstermiştir. Ancak her şey dahil sistemi, turizmden sağlanan artı değerin yöreye yansımasını sınırlandırmaktadır.

Kitle turizminde görülen gelişmeye rağmen, turizm yatırımlarının yoğunlaştığı yörelerden, diğer alanlara kaydırılarak ürün çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması politikaları sürdürülmektedir. Türkiye, bölgeler arasındaki gelir ve gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması konusunda, turizm sektörünü önemli bir araç olarak görmektedir. Özellikle, yakın zaman önce örgütlenen Kalkınma Ajansları bölgesel kalkınma aracı olarak kültür ve turizm faaliyetlerine odaklanmışlardır. Ancak, bölgesel kalkınmada turizmin itici güç olarak değerlendirilmesi tam olarak sağlanamamıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde; Türkiye'deki turizm ürünlerinin girdileri hem inşaat hem de işletim aşamasında daha ucuzdur. Turizm sektöründeki yatırım projeleri için 49 yıllığına kiralanan arazi tahsisi uygulamaları, kaliteli/çok çeşitli materyal ve araçların bulunması,

rekabetçi fiyatlar ve yatırım harcamalarındaki vergi indirimleri, Türkiye'de turizm sektörüne yatırım yapmayı cazip hale getiren önemli unsurlardandır. Söz konusu unsurların yanında inşaat ve işletme sürecinde işletme tarafından tüketilen elektrik, su uygun olan en düşük fiyattan ödenmektedir. Türk yatırımcılar, turizm sektöründe, uluslararası projelerle aynı standartta olan büyük yatırım projeleri gerçekleştirmektedir, ancak, yabancı işletmeciler Türkiye'ye yatırımcı olarak değil, işletmeci olarak gelmeyi tercih etmektedirler. Oysa daha uygun inşaat ve işletim maliyetleri ile birlikte Türkiye'nin turistik potansiyeli, hem ulusal hem de küresel yatırımcılar için büyük fırsatlar sunmaktadır.

Günümüzde turizm yatırımcıları geçmişte verilen kredi ya da borç alma gibi finansal teşviklerden daha çok, vergi teşviklerini temel alan, genel teşvik sisteminden faydalanmaktadır. Teşvik sisteminin faydaları, geçmişte ölçülebilir bir şekilde kendini göstermiştir. Türkiye, Akdeniz Bölgesi'ndeki diğer turizm varış noktaları ile karşılaştırıldığında; göreceli olarak daha uzaktır ve ulaşıma harcanan para ve zaman açısından turistleri düşündüren bir varış noktasıdır. Avrupa'dan Türkiye'ye uçuş süresinin yaklaşık 3-3,5 saat olması ve uçuş sırasında üç-dört ülkenin hava uçuş sahasından geçilmesi, Türkiye'yi pazarlayan tur operatörleri için ek maliyet yaratmakta ve tur operatörlerinin otel yöneticilerine maliyetlerin karşılanabilmesi için oda fiyatlarını düşürmeleri yönünde baskı yapmasına neden olmaktadır.

Ulusal ve küresel yatırımcıların, Türkiye'nin doğusuna ve güneydoğusuna, turizm yatırımı yapmaları, turistin güvenlik endişesinin giderilememesi nedeniyle olumsuz etkilenmektedir.

Türkiye kıyı alanları kentleşme, sanayileşme, turizm ve son yıllarda enerji sektörü ile ilgili yatırımlar nedeniyle doğal ve çevresel sorunlarla karşı karşıyadır. Bu alanlara yönelik planlama, yapılaşma ve denetim süreçlerinde, mevcut kanunlara dayalı olarak farklı kurumların yetkileri söz konusudur ve Türkiye kıyı kaynaklarının yararlı, etkili ve dengeli bir şekilde kullanımını, korunmasını ve koordinasyonunu sağlayacak Bütünleşik Kıyı Alanları Yönetimi modeli oluşturulmasına giderek daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır.

Dünyada sürdürülebilir küresel kalkınma ve bilgi toplumu perspektifleri, Türkiye'yi de yeni açılımlara yöneltmekte, bulunduğu coğrafya ve jeopolitik konumu itibariyle ve AB uyum süreci boyunca iç ve dış dinamikleri değişim ve/veya dönüşüm göstermektedir. Söz konusu dinamiklerden ekonomik yapı içerisinde en önemlisi, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemli bir aktör olarak ortaya çıkmasıdır. Türkiye'nin yakaladığı ekonomik potansiyel ile bilgi toplumuna geçişte, KOBİ'lerin ve beşeri sermayenin, temel sürükleyici güç oluşturacağı, yeni bir paradigma olarak ülke ekonomisine yansımıştır.

Turizm sektörü açısından da, özellikle çevreye duyarlı, sosyal uyumu sağlama, istihdam seviyesini yükseltme, kırsal kesimden büyük şehirlere göçü azaltma, yöresel kaynakları atıl durumdan kurtarma ve nihayetinde yöre halkının refah düzeyini arttırma yeteneğine sahip sürdürülebilir yeşil pazarlama ve KOBİ ölçeğindeki yatırımlara dair politikalar önemsenmeye başlanmıştır.

Bu kapsamda, özellikle doğal, tarihi ve kültürel çevrenin korunması politikası çerçevesinde Türkiye, turizmin uzun erimli çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğini sağlamak üzere yeni girişimleri hızlandırmalıdır (T.C. Kalkınma Bakanlığı 2014). Yukarıda verilen bilgiler ve istatistikler ışığında Türk turizmindeki temel beklentiler şu şekildedir (2023'e Doğru Türkiye de Turizmin 100 yılı, 2014);

* Türkiye 39,8 milyon ziyaretçi ile Dünya'da ilk 10 ülke içindedir.
* Türkiye 25,5 milyar Dolar turizm geliri ile Dünya'da 12. ülke konumundadır
* Türkiye paket tur pazarında Dünya'da 2. sıradadır (1.İspanya).
* Türkiye turizmde 1,2 milyon çalışanla Avrupa'da 5. sıradadır.
* Turizmin ürettiği net gelir 10 yılda 2 katına ulaşarak 25 milyar Dolar'a ulaştı.
* Türkiye, dünya sıralamasında son 10 yılda 10 basamak yükseldi.
* 2018'e kadar her yıl % 10 büyüyecek olan turizm gideri 8 milyar Dolar olacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018/ her yıl % 2,3 büyüyecek olan kişi başı harcama 932 Dolar olacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar termal turizmde 100 bin yatağa ulaşılacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar 1,5 milyon kişiye termal turizm hizmeti verilecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar termal turizmden 3 milyar Dolar kazanılacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar 750 bin hastaya medikal turizm hizmeti verilecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar medikal turizmden 5,6 milyar Dolar kazanılacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar ileri yaş turizminde 150 bin kişiye hizmet verilecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar ileri yaş turizminden 750 milyon Dolar kazanılacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar ileri yaş turizminde 10 bin yatakla hizmet verilecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar havayolu yolcu sayısı her yıl % 9 büyüyecek. (10.Kalkınma Planı)

* 2018'e kadar turizm, yurtdışı müteahhitlik hizmetleri kadar gelir üretecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar Türkiye milli geliri 1,3 trilyon Dolar olacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar Türkiye nüfusu 80 milyonu aşacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar Türkiye'de kişi başı gelir 16 bin Dolar olacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar Türkiye'de işgücüne katılanların sayısı32 milyon olacak. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar Türkiye nüfusun % 75',i internet kullanır hale gelecek. (10.Kalkınma Planı)
* 2018'e kadar e-ticaret 170 milyar TL olacak (10. Kalkınma Planı)
* 2023'te Türkiye 63 milyon yabancı ziyaretçi ağırlayacak. (KTB 2023 Vizyonu)
* 2023'te Türkiye 86 milyar Dolar gelir elde edecek. (KTB 2023 Vizyonu)
* 2023'te kişi başı ziyaretçi harcaması 1350 Dolar olacak. (KTB 2023 Vizyonu)
* 2023'te Türkiye'de 20 milyon kişi yurtiçi pazara katılacak. (KTB 2023 Vizyonu)

Tüm bu gelişmelerle birlikte turizm geliri artmaya devam edecek, ürün yelpazesi genişleyecek, kültür turizmine yönelik talep artmaya devam edecek, termal tesisler, turizm kompleksleri ve butik oteller daha çekici hale gelecek, SPA ve wellness daha da yaygınlaşacak, iç turizm gelişecek, kısa sureli seyahatler artacak, yurtdışında yaşayan Türk vatandaşların katkısı artacak, asayiş sorunları turizm talebini etkilemeye devam edecek ve eko-turizm anlayışı önem kazanacaktır.

1.5.5 Türkiye'de Öne Çıkan Turizm Türleri

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye turizminde turizm eğilimlerine göre ön plana çıkan turizm türlerine kısa kısa değinilecektir. Bu turizm türlerinden sağlık, kongre, tarım, kültür, su altı dalış, gastronomi, inanç ve etkinlik turizmi açıklanmaya çalışılacaktır.

1.5.5.1Sağlık Turizmi

Global ölçekte değerlendirildiğinde son 10-15 yılda bazı ülkelerin sağlık turizmi destinasyonları anlamında ön plana çıktıkları gözlemlenmektedir. En fazla ön plana çıkan ülkeler arasında; Türkiye, ABD, Hindistan, Singapur, Malezya, Güney Kore, Tayland, Macaristan, Brezilya, Arjantin, Güney Afrika, Küba, Meksika, Almanya, İtalya, Fransa, Polonya, İspanya, Yunanistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkeleri belirtmek olanaklıdır.

1.5.5.1.1 Medikal Turizm

Türkiye'de genel olarak sağlık turizmi, özelde ise medikal turizm son 10-15 yıl içinde genel olarak turizm sektöründeki olumlu gelişmelere paralel olarak hızlı bir gelişme göstermeye başlamıştır.

Uluslararası hastalar; Medikal Turistler, Turistin Sağlığı Kapsamında Hizmet Alan Hastalar, Sağlık Alanında İkili Anlaşmalı Ülkelerden Gelen Hastalar ve Sosyal Güvenlik Kurumu Kapsamında Gelen Hastalardan oluşmaktadır. Resmi verilere göre, 2011 yılında Türkiye'de sağlık hizmeti alan uluslararası hasta sayısı 156.176 iken bu sayı 2012 yılı için yaklaşık olarak 262.000 olmuştur. Bu ise yaklaşık olarak % 68 artış anlamına gelmektedir (Tablo 8). 2011 yılında Kamu Sağlık Kuruluşlarına gelen hasta sayısı 41.847 iken bu sayı 2012 yılında 43.904'e ulaşmıştır. 2011 yılında Özel Sağlık Kuruluşlarına gelen hasta sayısı ise 114.329 iken 2012 yılında bu sayı yaklaşık olarak 2 katı artmış ve 218.095'e ulaşmıştır. 2012 yılında toplam uluslararası hasta sayısı 261.999 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de sağlık hizmeti alan uluslararası hasta sayısı sürekli olarak artış göstermektedir. Özellikle de 2010 yılından sonra ciddi bir artış olduğu görülmektedir. Bu eğilim Türkiye'nin medikal turizm potansiyelini ortaya koymaktadır. Özel sektörün uluslararası hasta sayısındaki artışa yaptığı katkı, kamu sektöründen oldukça fazladır.

Tablo 8. Türkiye'de Sağlık Hizmeti Alan Uluslararası Hasta Dağılımı 2012

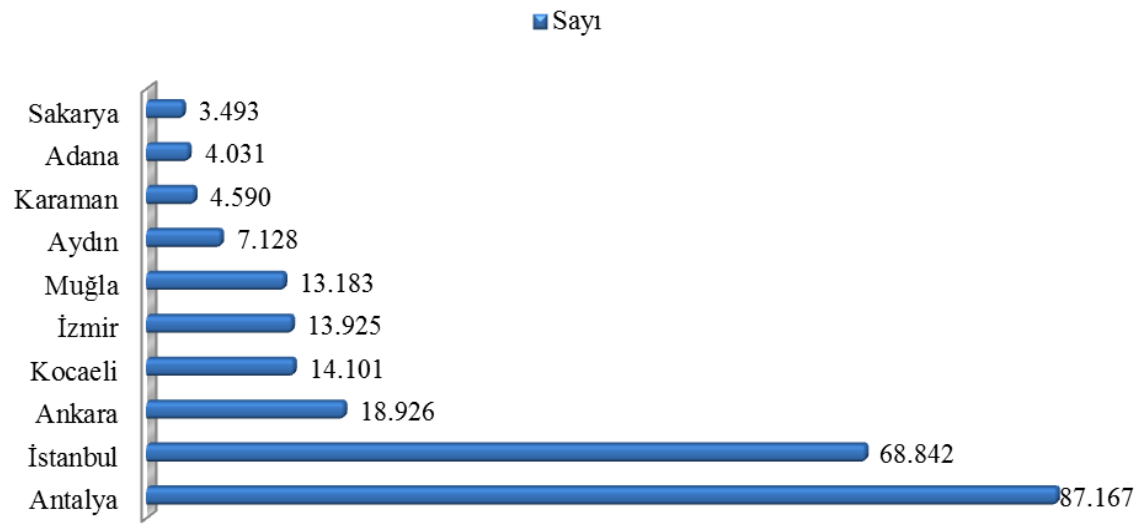
	Kamu		Özel		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
2008	17.817	24,1	56.276	76,0	74.093	100,0
2009	21.442	23,3	70.519	76,7	91.961	100,0
2010	32.675	29,8	77.003	70,2	109.678	100,0
2011	41.847	26,8	114.329	73,2	156.176	100,0
2012	43.904	16,8	218.095	83,2	261.999	100,0

Kaynak: Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013

Uluslararası hastalar, Türkiye'ye yabancı bir ülkeden gelerek sağlık hizmeti alan hastalar olarak değerlendirilmiştir. Uluslararası hastaların en fazla geldikleri illerden birincisi, turizm açısından da en fazla tercih edilen iller arasında olan Antalya'dır. En fazla tercih edilen diğer iller ise sırasıyla İstanbul, Ankara, Kocaeli, İzmir, Muğla, Aydın, Karaman, Adana ve Sakarya'dır Adana ilinin ilk 10 sıralama içine girmesinin Acıbadem Hastanesinden, Sakarya ilinin ise daha çok mültecilerin bulunmasından kaynaklandığı söylenebilir. Türkiye'de medikal turistlerin tercih ettiği ilk 10 il arasında genel turizm açısından öne çıkan iller ilk

sıralarda yer almaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2012 verilerine göre ülkemize en fazla turistin geldiği il İstanbul'dur. Ayrıca, ilk 10 destinasyon içerisinde yer alan illerimizin sağlık hizmetleri alt yapısı açısından da güçlü olduğu ve bu illerde özel sektörün nitelik ve nicelik açısından öne çıktığı değerlendirilmektedir. Adana ilinin ise yukarıdaki özelliklere ek olarak coğrafi açıdan Orta Doğu ülkelerine yakın olması etken olabilir. Diğer taraftan, özellikle İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Muğla gibi illerimizde direkt uluslararası uçuşların olmasının medikal turizm talebini artırmış olduğu söylenebilir.

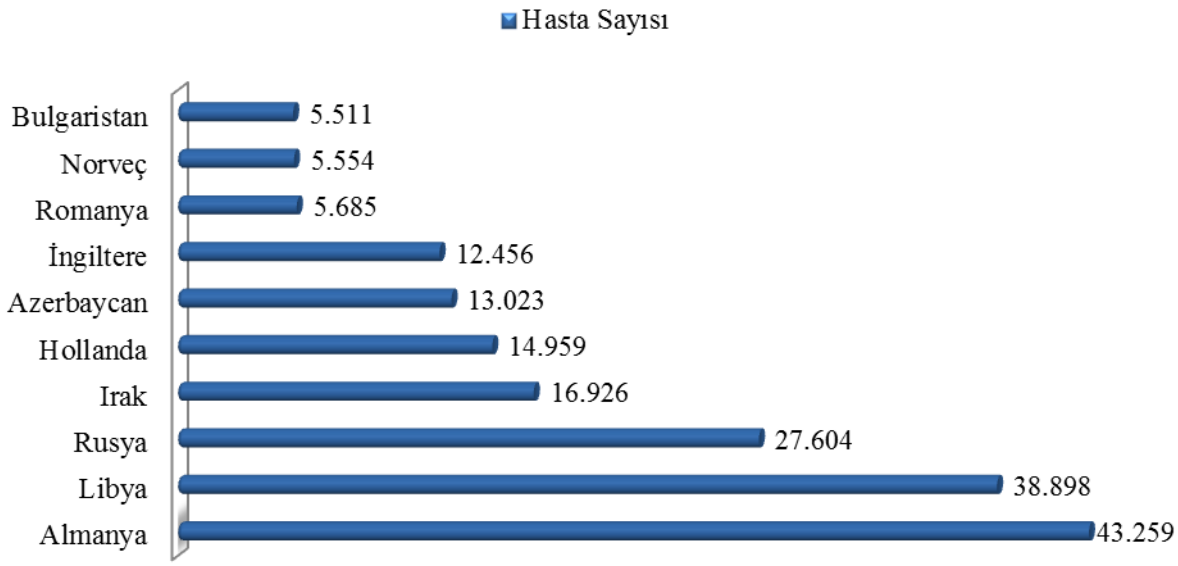
Grafik 25. Uluslararası Hastaların İlk 10 İle Göre Dağılımı



Kaynak: Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013

Uluslararası hastaların geldikleri ülkeler arasında ilk sırada Almanya yer almaktadır. Almanya'dan gelen hasta sayısının fazla olmasının, Almanya'da yaşayan gurbetçilerden kaynaklandığı söylenebilir. Diğer ülkeler ise sırasıyla Libya, Rusya, Irak, Hollanda, Azerbaycan, İngiltere, Romanya, Norveç ve Bulgaristan'dır. Libya'da ortaya çıkan iç savaş sonucunda Türkiye ile Libya arasındaki sıcak ilişkiler çerçevesinde öncelikle önemli sayıda hasta ve yaralı Libya vatandaşı ücretsiz olarak Türkiye'ye getirilip tedavi edilmiştir. Ancak Libya'da iç savaşın sona ermesi neticesinde yeni kurulan Libya hükümeti bundan sonra Türkiye'ye gönderilen hastaların giderlerinin kendileri tarafından karşılanacağını taahhüt etmiştir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, bu olaylar neticesinde 2012 yılı içerisinde Libya'dan önemli sayıda medikal turist Türkiye'ye gelmiştir.

Grafik 26. Uluslararası Hastaların Geldiği İlk 10 Ülke 2012



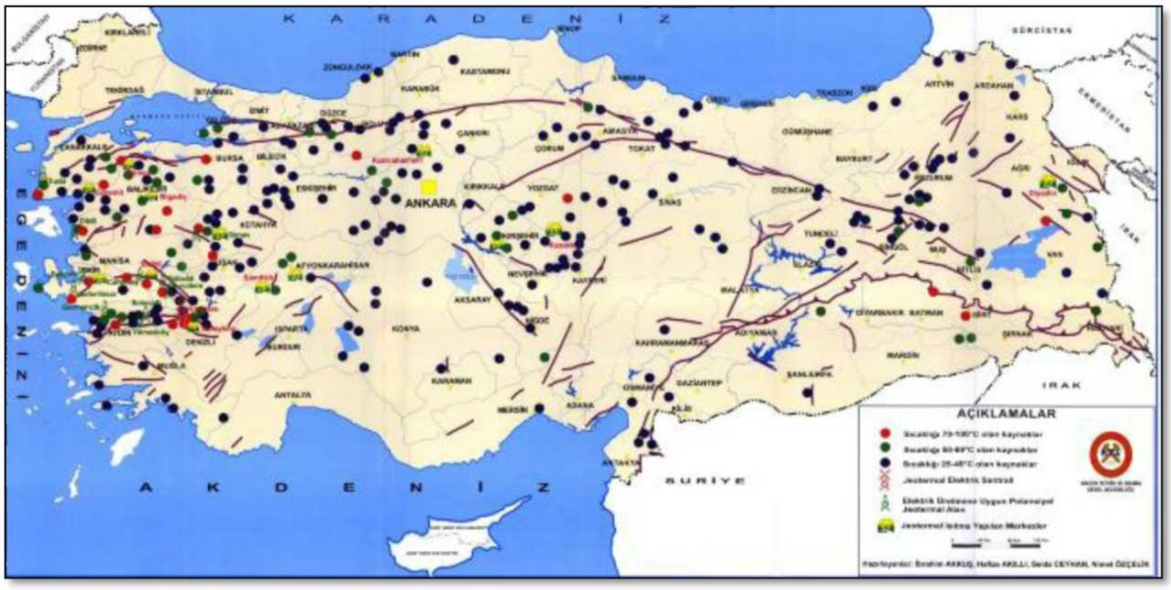
Kaynak: Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013

Almanya'dan gelen medikal turistlerin Türkiye'yi tercih etmesinin temel nedenleri arasında şunlar sayılabilir: Birincisi, Almanya'da yaklaşık 4,5 milyon Türk vatandaşının ikamet etmesi medikal turizm açısından bir tanıtım aracı olmuş olabilir. İkincisi, genel olarak Türkiye'ye gelen turist sayısı toplamı içerisinde Alman turistleri oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca Türkiye'deki gerek devlet kurumlarının gerekse özel sağlık kuruluşlarının bu ülkelerde ciddi tanıtım atağına geçmiş olmaları da önemli bir etken olabilir (Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013)

1.5.5.1.2 Termal/SPA/Wellness Turizmi

Türkiye jeotermal kaynaklar açısından Dünya çapında bir potansiyele sahip olup, Avrupa'da ise kaynak potansiyeli açısından birinci, kaplıca uygulamaları konusunda ise üçüncü sırada bulunmaktadır. Alpin-Orojenik Kuşağı olarak adlandırılan genç bir dağ zinciri ve aynı zamanda önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer alan ülkemizde bulunan sıcaklıkları 20 - 110 °C, debileri ise 2 - 500 lt / sn arasında değişebilen 1.500'ün üzerindeki kaynaktan temin edilen termal sular, gerek debi ve sıcaklıkları gerekse de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımaktadır.

Harita 2. Türkiye'de Jeotermal Kaynaklar Haritası



Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı, 2014

Türkiye, yüksek mineralizasyon içeriği sayesinde etkin tedavi edici özelliklere sahip termal su potansiyelinin, zengin kültürel, doğal değerleri ve iklimsel özellikleri ile birleşmesi sonucunda benzersiz bir sağlık turizmi ortamı sunmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak değişen dünya görüşü ile birlikte yaşam şekli ve kalitesine verilen önem hem artmakta, hem de farklılaşmaktadır. İnsan sağlığının korunmasında, sağlıklı bir yaşam sürdürülmesinde doğal kaynakların kullanılması giderek daha fazla tercih edilmekte adeta bir nostalji ile birlikte eski, basit ama sağlıklı yaşam tarzlarına büyük bir özlem duyulmaktadır. Bu noktada Türkiye uzun tarihi geçmişi, emsalsiz doğa ve iklimi ile zengin kültürü ve nihayet geleneksel kaplıca ve Türk Hamamı olgularının mevcudiyeti ile çağdaş sağlık ve termal turizm gelişmesinde çok iddialı olabilecek bir potansiyeli barındırmaktadır.

Termal turizmin sağladığı olanaklardan bazıları;

* 12 ay turizm yapma imkânı,
* Tesislerde yüksek doluluk oranına ulaşılması,
* Yüksek istihdam oluşturulması,
* Diğer alternatif turizm türleri ile kolay entegrasyon oluşturarak bölgesel dengeli turizm gelişmesinin sağlanması,

* Termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktiviteler yanı sıra sağlıklı-zinde insan yaratma, eğlence ve dinlenme olanaklarının da bulunması,
* Kür merkezi (tedavi) entegrasyonuna sahip tesislerin maliyetini çabuk geri ödeyen karlı ve rekabet gücüne sahip yatırımlar olmasıdır (Delil ve Tanrıkulu, 2012).

Yapılan araştırmalara göre ülkemizin bütün coğrafi bölgelerine yayılan şifalı kaynakların sayısının tahminen 2000'in üzerinde olduğu ifade edilmektedir. Ancak bu şifalı suların yaklaşık 1300 tanesi termal kaynak özelliğinde olup onların da sadece 102 kadarının termal sınıflandırılması yapılabilmiştir. Bu sebeple ülkemizdeki sağlık turizminin desteklenmesi ve şifalı suların ülkemizin insanın hizmetine sunulması için termal kaynakların etütlerinin yapılması oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan termal amacına yönelik olarak (Sağlık Bakanlığınca kür merkezi uygun görülen) turizm yatırım belgesi almış 29 tesisin yatak sayısı 10.936, turizm işletme belgesi almış 59 tesisin yatak sayısı ise 18.751'dir. 2010 yılı itibari ile yaklaşık olarak 6.174 yatak kapasiteli 35 tesis ise yerel idare tarafından belgelendirilmiştir. 2013 yılı için Türkiye'de toplamda 88 tesis 29.687 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bu sayıya belediye belgeli tesisleri ekleyecek olursak yatak kapasitesi yaklaşık 36.000 seviyelerine ulaşmıştır.

T. C. Sağlık Bakanlığı uzun dönemde termal turizm ile 15 milyon turistin ülkemize gelebileceği ve yatak kapasitesinin de 500 bine ulaşacağını belirtmektedir. Başlıca termal turizm merkezleri olarak ise Afyonkarahisar, Balıkesir, Bursa, İzmir, Nevşehir ve Ankara gösterilmektedir.

1.5.5.2 Yaşlı Turizmi

Türkiye İstatistik Kurumu 31 Aralık 2011 verilerine göre 74.724.269 olan Türkiye nüfusunun yarısını 29 yaş altında olanlar oluştururken 65 yaş ve üzeri olanların sayısı ise hiç de azımsanamayacak bir sayı olan 6 milyona ulaşmış bulunmaktadır. Buna 50-64 yaş grubuna dâhil olan 9,5 milyon civarındaki ileri yaşlı sınıflandırmasına girenleri eklersek 15,5 milyon civarında (50 yaş ve üstü) büyük bir sayı ile karşılaşmaktayız (Aydın vd., 2012).

UN Population Projections 2005 verilerine göre, gelişmiş ülkelerin en büyük sorunlarından birisi kronik hastalıklar ve toplumun yaşlanmasıdır. Dünyada 60 yaşın üzerinde 600 milyon insan yaşamakta. Avrupa'da genel nüfusun %20 den fazlasını 60 yaş üzerindekiler oluşturmaktadır. (İtalya %24.2, Yunanistan %24, Almanya % 24, İsveç %23, Belçika %22, İngiltere %20.81) ortalama beklenen yaşam süresi 80'dir. Avrupa artık yaşlı ve özürlülere

huzur evlerinde ve bakım evlerinde bakamamakta ve maliyeti daha düşük ve daha kaliteli tatil köyleri ve termal tesislere yönelmektedir. Türkiye'nin 2045 yılında bile yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranı %16 düzeyinde beklenmektedir. Hem var olan yaşlı nüfusun hem de Dünya'nın var olan yaşlı nüfusunun Türkiye'nin iklim koşulları, ulaşımı, coğrafyası ve sağlıkta geldiği nokta göz önünde bulundurulduğunda bu konuda önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun termal turizmi geliştirebilmek açısından bir fırsat olarak kullanılması ve yatırımların bu doğrultuda yönlendirilmesi gerekmektedir.

1.5.5.3 Engelli Turizmi

Türkiye İstatistik Kurumu ve Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından yapılan 2002 Özürlüler Araştırması sonuçlarına göre ise, Türkiye'de toplam nüfusun %12,29'unu özürlü vatandaşlar oluşturmaktadır. Yaklaşık 8,4 milyon özürlüyü ifade eden toplam özürlü vatandaşların %9,7'si süreğen hastalığı olanlar; %1,25'i ortopedik, %0,48'i zihinsel, %0,38'i dil ve konuşma, % 0,37'si işitme, %0,6'sı görme özürlü bireylerden oluştuğu belirtilmektedir. Aynı zamanda cinsiyete göre engel türlerine bakıldığında ise tüm engel türlerinde erkeklerin sayısının(%59) kadınların sayısından (%41) daha fazla olduğu görülmüştür (Erdoğan, 2010). İç turizm pazarı açısından da oldukça önemli olan bu potansiyelin, dünyadaki yaklaşık 1 milyar engelli pazarı da göz önüne alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

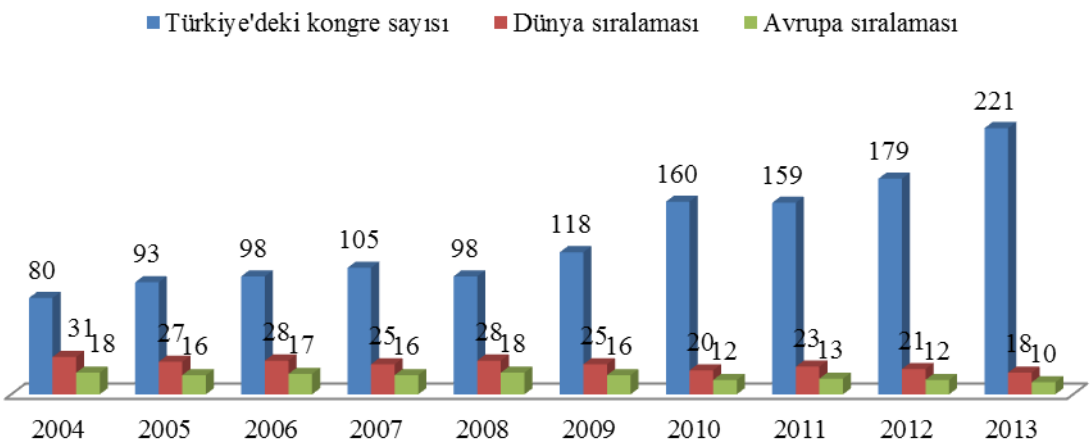
1.5.5.4 Kongre Turizmi

2013 yılını 34.9 milyon ziyaretçi ve 32.3 milyar Dolarlık turizm geliri ile kapatan Türkiye, artık sadece kum, deniz, güneş değil tarih, kültür ve kongre turizmi ile sesini duyurmaktadır. İstanbul başta olmak üzere Antalya, Ankara, İzmir, Bursa, Kuşadası'nda bulunun kongre merkezleri yıl içinde onlarca uluslararası kongreyi ağırlar hale gelmiştir. 10 yıl önce Türkiye'de 500 ve üstü kişiyi bir araya getiren uluslararası ölçekte 80 kongre yapılırken, 2012'de bu rakam 179'a, 2013 yılında ise 196'ya ulaşmıştır. Bir başka deyişle, 10 yıllık dönemde büyük kongre sayısında yüzde 254'lük artış yaşanmıştır.

TÜRSAB'ın 'Türkiye Kongre Turizmi 2013 Raporu son on yılda başta İstanbul olmak üzere Türkiye'nin bu alanda gösterdiği performansı ortaya koymaktadır. Türkiye'yi dünyada 18'inci sıraya yükselten talep, tarih ve kültür başkenti İstanbul'u da 8'inci sıraya taşıdı. Üstelik yoğun talep Türkiye ve İstanbul'un bu listede 2014 ve 2015 yıllarında da önünün açık olduğunu gösteriyor. 2014 yılında Türkiye'nin bu rakamlar ışığında kongre turizminden elde edeceği gelirin 3 milyar Doları bulacağı ifade ediliyor. Bu rakamdan İstanbul'un alacağı pay ise 1.7 milyar Doların üzerinde olacaktır.

2013 yılı rakamlarına bakıldığında Türkiye'ye kongre turizmi kategorisinde nitelendirilecek 2.4 milyon kişinin geldiği görülüyor. Bu rakamın bu yıl 3 milyon kişiyi aşması toplam kongre turizmi gelirini de 3 miyar Dolara ulaşması bekleniyor. Türkiye'nin bu alandan sağladığı gelir 2013 itibarıyla 2.5 milyar Dolardır. Yani 32.3 milyar Dolarlık turizm geliri içinde kongre turizminin payı yüzde 7.7 seviyesindedir.

Grafik 27. Türkiye'de Yapılan Uluslararası Kongre Sayıları ve Küresel Sıra 2013



Kaynak: Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA), 2013

Türkiye'de kongre turizmi pazarı henüz istenilen seviyelere ulaşmış olmasa da büyüme hızı dünya ortalamasının üzerinde seyrediyor. 500 ve üstü katılımcı sayısı olan uluslararası nitelikteki kongreler baz alınarak yapılan sıralamalarda, Türkiye'nin büyüme hızı dünya ortalamasının 2 katı. Kongre turizminin büyüme hızı dünyada yüzde 6 ila 10 civarında seyrederken, Türkiye'deki büyüme bu ortalamanın oldukça üstünde. Son 3 yılın verilerine göre, Türkiye'deki kongre sayısındaki artış yüzde 22.5 olarak gerçekleşti. 2004 yılında sadece 80 kongre düzenlenen Türkiye'de bu rakam 2013'de 221'e çıktı. Türkiye, dünya sıralamasında 31'inci iken de 13 basamak birden yükselerek 18'inci oldu. Avrupa sıralamasında ise 2004'te 18'inci iken 2013'de 10'unculuğa yükseldi. 2013 yılında Katılımcı sayısı ise 71 binlerden 115 binli rakamlara çıktı.

Tablo 9. Türkiye'deki En Büyük Kongre Merkezleri 2013

Mekan	İl	Kapasite
İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul	3.700
Haliç Kongre Merkezi	İstanbul	3.000
Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul	5.000
Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi	İstanbul	1.821
Feshane Kongre Merkezi	İstanbul	3.420
WOW Hotels&Convention Center	İstanbul	6.500
Hilton Bomonti	İstanbul	2.900
Hilton Oteli	İstanbul	3.450
Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi	İstanbul	3.513
İnşaat Mühendisleri Odası Kongre ve Kültür Merkezi	Ankara	726
Divan Talya Kongre ve Konferans Merkezi	Antalya	2.500
Efes Kongre Merkezi	Kuşadası	12.000
Sheraton Çeşme Otel Kongre Merkezi	İzmir	1.600

Kaynak: TÜRSAB, 2014

Türkiye'nin kongre turizminde 2023 hedefleri:

* Kongre turizmine yönelik planlama ve tahsis çalışmaları yapılarak yatırımcılara yön gösterici kongre, fuar ve etkinlikleri teşvik edici politikalar geliştirilecek.
* Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Konya, Bursa, Mersin öncellikle ele alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirici çalışmalar yapılacak.
* Kongre turizminde varış noktası yönetim şirketlerinin rolü yeniden düzenlenecek.
* Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslararası havaalanı sahip olması sağlanacak.
* Her ilde kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse uluslararası kongrelerin Türkiye'de yapılması için tanıtma planlama ve uygulama projeleri yapılacak.
* Fuar turizminin geliştirilmesi için fuar şehirleri ve merkezleri belirlenerek fuar organizasyonları geliştirilecek.
* İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara birinci derecede önemli fuar illeri olarak ve 15 yıllık zaman zarfında bu şartları kazanabilecek 3 il Adana, Gaziantep, Trabzon ikinci derece önemli fuar ili olarak belirlenecek bu çerçevede planlama çalışmaları yapılacaktır.

1.5.5.5 Kültür Turizmi

Türkiye'de turizm sektörü, son yıllarda hızlı bir gelişme ve değişim süreci içerisine girmiştir. Ancak sahip olduğu eşsiz turizm destinasyonları ile Türkiye daha çok turist çekip daha çok turizm geliri elde edebilecek potansiyeldedir. Türkiye kültür turizm kaynakları açısından incelendiğinde, son derece zengin kültürel değerlere ve motiflere sahip olduğunu görmek mümkündür.

Türkiye'nin üzerinde bulunduğu coğrafya binlerce yıldır çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapmış ve bu uygarlıklardan günümüze kadar ulaşan birçok kültürel varlık bulunmaktadır. Hititler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, Lidyalılar, İyonlular, Helenler, Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar ve modern Türkiye Cumhuriyeti bu topraklarda yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir.

Ülkemiz 1983 yılında UNESCO tarafından yürütülen Doğal ve Kültürel Varlıkların Korunması Sözleşmesini onaylamış ve 1985 yılında Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Alanları Dünya Miras listesine alınmıştır. Tablo 10 ‘da günümüzde ülkemizden 13 adet tarihi ve kültürel değere sahip alan, listede yer almaktadır (whc.unesco.org). Ayrıca dünya mirası geçici listesindeki 12, somut olmayan kültürel mirası listesindeki 10 tarihi ve kültürel değeri ile Türkiye, kültür turizmi alanında önemli bir potansiyele sahiptir.

Tablo 10. Dünya Mirası Listesinde Türkiye

DÜNYA MİRASI ADI	BULUNDUĞU İL	KABUL YILI
İstanbul'un Tarihi Alanları	İstanbul	1985
Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası	Sivas	1985
Göreme Milli Parkı ve Kapadokya*	Nevşehir	1985
Hattuşaş	Çorum	1986
Nemrut Dağı	Adıyaman	1987
Pamukkale-Hierapolis*	Denizli	1988
Xanthos-Letoon	Antalya -Muğla	1988
Safranbolu Şehri	Karabük	1994
Truva Antik Kenti	Çanakkale	1998
Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi	Edirne	2011
Çatalhöyük Neolitik Kenti	Konya	2012
Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı	İzmir	2014
Bursa ve Cumalıkızık:Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu	Bursa	2014
Pamukkale-Hierapolis*	Denizli	1988
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS		
Mesir Macunu Festivali		2012
Tören Keşekeği Geleneği		2011
Alevi-Bektaşi Ritüeli, Semah		2010
Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali		2010
Geleneksel Sohbet Toplantıları		2010
Nevruz		2009
Karagöz		2009
Aşıklık		2009
Mevlevi Sema Törenleri		2005
Meddahlık		2003

* **Hem kültürel, hem doğal miras olarak listeye alınmışlardır**

Türkiye'nin sahip olduğu zenginlikler dikkate alındığında yukarıda verilen sayının olması gerekenin çok altında olduğu görülmektedir. Tarihin her döneminde farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış olan Anadolu'daki bu uygarlıklara ait mimari ve yöresel çeşitlilikleri, farklı bölgeleri, farklı kültürlerin tanıtımı ve yansıtılması açısından bu sayı yetersiz kalmaktadır.

Ülkemizde kültür turizmine katılanlar ile ülkemizi ziyaret eden yabancı kültür turizmi ziyaretçileri arasında niteliksel olarak belirli bir fark olduğu saptanmıştır. Türkiye'de kültür turizmine katılan yerli ziyaretçiler ile ülkemizi kültürel amaçla ziyaret eden yabancılar arasında mevcut olan bu farklılığın ülkemizin içinde bulunduğu sosyo kültürel ve ekonomik düzeyi ile bağlantılı olduğu söylenebilir.

Kültür turizmi toplumsal örgütleri, dili, folkloru, gelenekleri, sanat ürünleri ve damak tadına kadar geniş bir alanda yer alır ve süreklidir. Türkiye'nin bu konuda bir sorun yaşaması düşünülemez.

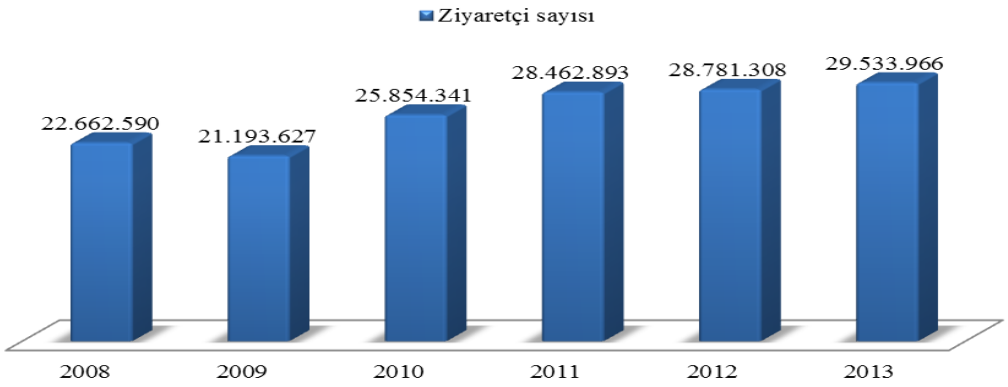
Zengin kültür mozaiği, eşsiz kültürel ürünleri Türkiye'yi diğer ülkelere göre daha avantajlı kılar. İnsanlık tarihi kadar eski bir yerleşim yeri olan Anadolu, binlerce yıllık geçmişi ve bütün ihtişamıyla ayakta durmayı başarabilmiştir. Üstelik sadece Akdeniz, Ege, Marmara değil, Doğu ve Güneydoğu Anadolu, Karadeniz Bölgeleri de hem kültür hem doğal güzellik bakımından zengindir.

Ülkemiz, kültürel açıdan geniş bir zenginliğe sahip olmasına rağmen diğer Avrupa ülkeleri kadar kültürel değerlerden yararlanamadığı ve kültür turizmi açısından istediği yere gelemediği görülmektedir. Bunun önemli nedenlerinden bir tanesi, tüm pazarlama çalışmalarını kaynak kısıtlığı nedeniyle ülkenin en önemli çekim unsuru olan G-D-K üçlüsü üzerinde yoğunlaştırmasıdır. Ülkemiz sahip olduğu örf, adet, gelenek, görenek, gastronomi, tarih, müzik, sanat, resim, din, mimari yapı, el sanatları, folklor, festivaller, mitolojik efsaneler ve binlerce yıldır birçok medeniyetlere ev sahipliği yapmasına rağmen, ülkede kültür turizmi uygulamalarının müze ve ören yerleri ziyaretinin ötesine geçmediği ifade edilmektedir.

Yıllara göre müze ve ören yerleri ziyaretçi sayılarına bakıldığında 2013 yılında ziyaretçi sayısının 29 milyon 553 bin olduğu görülmektedir. 2008 yılına göre %30'luk bir büyüme oranı gerçekleşmiştir. Hem yerli hem de yabancı ziyaretçilerin müze ve ören yerlerine olan ilgisinin kültür turizmine yönelik oluşan eğilim kaynaklı olduğunu ve bu gelişimin önümüzdeki yıllarda da devam edeceğini söyleyebiliriz.

Müze ve ören yerleri turizm faaliyetlerinin en vazgeçilmez ögeleri arasındadır. Herhangi bir destinasyona ziyaret gerçekleştiren turistler, o destinasyon ile ilgili tarihsel geçmişi, gelenek ve görenekleri görmek ve o kültüre ait ögeleri tanımak amacıyla müze ve ören yerlerine akın ederler. Grafik 28'den de anlaşılacağı üzere 2013 yılında Türkiye'deki müze ve ören yerlerini yaklaşık 30 milyon kişi ziyaret etmiştir. Müze ve ören yerlerinde Türkiye'nin ağırladığı yabancı turist sayısına eşdeğer miktarda turist ağırlanmıştır. Müze ve ören yerlerini ziyaret eden turist sayısı her yıl düzenli bir şekilde artış göstermiştir.

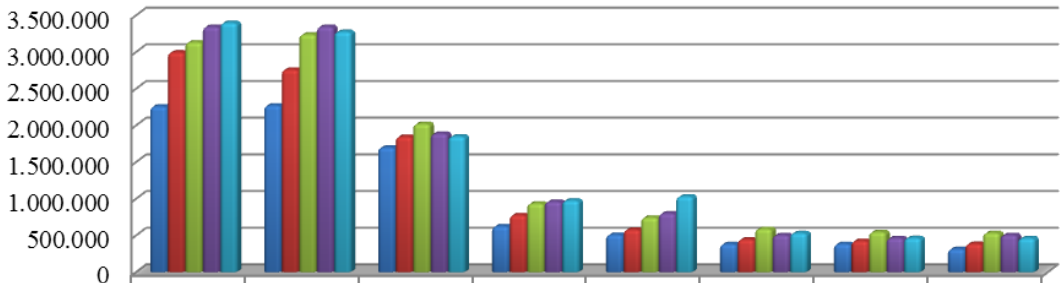
Grafik 28. Müze ve Ören Yerleri Ziyaretçi Sayısı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Grafik 29'da Türkiye'deki en çok ziyaret edilen müze ve ören yerleri görülmektedir. Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul Ayasofya Müzesi ve Efes Örenyeri Türkiye'de en çok ziyaretçi çeken yerlerdir. Yabancı turistler, özellikle Osmanlı Kültürü ve kendi inançlarına yönelik alanları yoğun olarak ziyaret etmektedirler.

Grafik 29. En Çok Ziyaret Edilen Müze ve Ören Yerleri



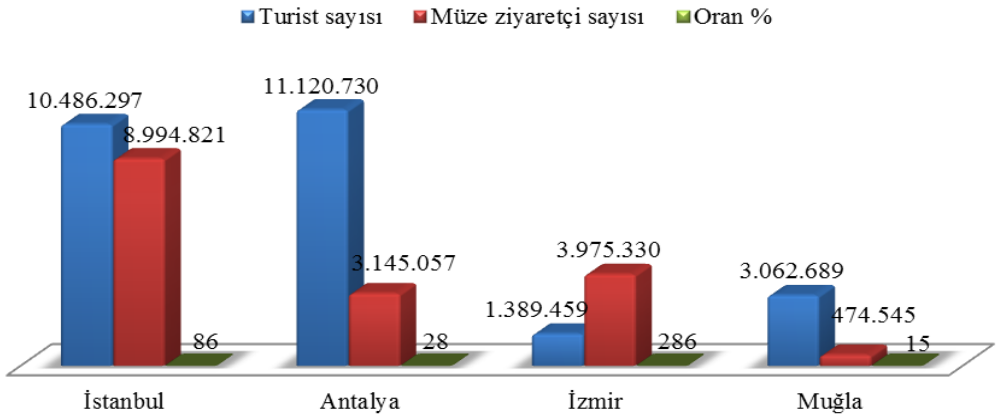
	Topkapı Sarayı Müzesi	İstanbul Ayasofya Müzesi	Efes Örenyeri	Göreme Açıkhava Müzesi	Topkapı Sarayı Harem	Noel Baba Müzesi	Myra Örenyeri	Troia Örenyeri
2009	2.259.521	2.272.389	1.698.688	626.059	509.575	383.142	384.984	315.546
2010	2.995.708	2.761.069	1.845.447	778.010	578.777	445.346	426.392	386.079
2011	3.132.483	3.239.096	2.020.095	934.876	744.665	589.804	546.667	533.806
2012	3.344.406	3.345.413	1.888.572	959.989	799.977	504.421	464.648	506.710
2013	3.397.907	3.275.337	1.848.547	976.165	1.030.556	532.194	465.150	462.660

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

Müze ve ören yerlerinin içinde yer aldığı iller bakımından en çok turist çeken iller sırasıyla Antalya ve İstanbul'dur. Özellikle İstanbul'u ziyaret eden turistlerin %86'sının müze ve ören

yerlerini ziyaret etmesi dikkat çekicidir. Her destinasyonun kendine has özelliklerinin çekicilik unsuru olarak kullanılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Grafik 30. İllere Göre Turist ve Müze Ziyaretçi Sayıları 2013



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013

1.5.5.6 Kırsal Turizm

Türkiye'de turizm egemen biçimde deniz turizmiyle eşdeğerdir ve yıllardan beri yaz mevsimiyle sınırlı kalmıştır. Günümüzde kuzey Ege kıyılarından batı Akdeniz'e uzanan dış turizm bağlantılı kıyı turizmi, ortalama dört ile sekiz ay arasında bir sezona sahiptir. Bu süre içinde yoğun turist baskısı, bilinen birçok soruna yol açmaktadır. Hâlbuki ülkemiz kıyılarının hemen ardındaki iç kısımlarda; dağ, yayla, orman, su zenginlikleri ile tarımsal yapı ve yerel kültür göz önüne alındığında, buralarda kırsal turizmin hemen her mevsim yapılabilmesinin son derece olanaklı olduğu hemen anlaşılır. Böylece kırsal turizm kıyının gerisinde yer alarak, deniz turizminin alternatifi ya da tamamlayıcısı olabilir.

Türkiye; tarih, kültür, doğal değerler açısından birçok rakip ülkeye göre üstün özelliklere sahiptir. Coğrafik özelliğinden dolayı birçok turistik ürüne sahip olan Türkiye, hem yaz turizminin hem de kış turizminin yaşandığı bir ülkedir. Türkiye eşsiz koyları ve ince kumlu plajlarının yanı sıra uygun iklimi ve coğrafi yapısıyla birçok alternatif turizm türüne uygun özellikler taşımaktadır. Bu da gösteriyor ki ülkemizde sadece tatil turizmi değil aynı zamanda kırsal turizm de mevcuttur.

Ülkemizde geleneksel konutları, sokakları, köy camii ve çeşmesiyle kültürel coğrafi görünümü bütünlük taşıyan köylerin hiç şüphesiz büyük bir turistik çekiciliği vardır. Sözgelimi Ege Bölgesi'nden Muğla, Kula, Milas, Foça, Bergama gibi yerleşmelerin özgün

mimarideki evlerini kendinde barındıran köylerin şansı oldukça fazladır. Yerel yapı malzemesi ve yerel tekniklerle inşa edilmiş konutlar ve onların iç donatımları yabancı turiste son derece çekici gelmektedir. Her yöremize ait yaşayan veya yaşamayan kültür unsurlarını tanıtmak için çok iyi bir organizasyon şarttır. Bunun için köy halkının gönüllü olması ve ortak çalışma ruhu taşıması, eğitim ve bilgilendirme çalışmaları yanında, turizm sektörünün de (en başta seyahat acenteleri) olaya el atması ve teşvik etmesi gerekir. Günübirlik turlarla yapılan köy ziyaretlerinde turiste en çok halı-kilim dokumacılığı, el örgü işleri, yöresel yiyecek içecek konularında bir sunuş görülmektedir. Hâlbuki turistin konakladığı süre içinde yerel kültürü öğrenme isteği ve merakı dikkate alınırsa, çok daha fazla tüm işlemler, sütten çeşitli ürünlerin elde edilişi, halı ve kilim dokumacılığı, topraktan çanak çömlek yapımı, günlük yaşantıdan kesitler vb. İzmir, Manisa, Aydın, Muğla gibi illerin geleneksel kimliğini korumuş köylerinde, yerli veya yabancı turiste sunulabilir.

Kırsal turizm konusundaki ilk örnekler 1980'li yıllarda görülmüştür. İskandinav pazarına egemen olan Tursem Seyahat Acentesi kitle turizminin yanı sıra uzman tur operatörlüğü etkinliklerine de girişmiş ve Karadeniz Bölgesi'nde Ordu ilinin çeşitli köylerinde bulunan köylüler ile anlaşarak konukların bir haftadan üç haftaya kadar değişen süreler içerisinde köy evlerinde ailelerin birer bireyi olarak kalmalarını sağlamıştır. Bu kapsamda gelecek olan turistlere kendi ülkelerinde kış ayları boyunca Türkçe dersleri de verilmiştir. Tursem'in iflasından sonra uzun süre bu konuda çalışan başka bir operatör olmamıştır.

Ülkemiz kırlarında yaylalardan kıyılara inen, ovalardan dağlara tırmanan köy yolları kırsal turizmde kullanılabilir. Nitekim son yıllarda bazı seyahat acenteleri veya bağımsız gruplar Aladağlarda, Toroslarda, Kaçkar dağlarında, Kaz dağında, Kapadokya'da, İzmit-Gölcük, Yalova, İznik, Sakarya-Akyazı, İstanbul-Şile-Ağva, Dilek Yarımadası, Bafa Gölü, Fethiye vb.nin çevresinde trekking turları düzenlemektedir. Günübirlik ya da uzun süreli yürüyüşlerde çay içmek, yemek yemek ve mola vermek üzere köylere uğranılmaktadır. Bu turları köylerden başlatmak ve gerekirse konaklamak, kırsal turizmin gelişmesine esas katkıyı sağlayacaktır.

Türkiye'de kırsal turizm farklı başlıklar altında gelişmektedir. Bunlar yayla turizmi, ekoturizm ve macera turizmidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı yayla turizminin gelişimini desteklerken, ekoturizm ve macera turizmi özel seyahat acentaları tarafından geliştirilmektedir. Bu turların turizm yöresinin bulunduğu halka ve kırsal kalkınmaya pek fazla katkıları olmamaktadır. Ama Buğday Derneği tarafından oluşturulan TaTuTa Projesi sayesinde yerel halkın ve yörenin kalkınması amaçlanmaktadır. TaTuTa (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi, Gönüllü, Bilgi ve Tecrübe Takası) projesi kapsamında, www.tatuta.org web sayfasında projede yer alan

ekolojik çiftliklerin konumu, ulaşım, haberleşme, konaklama vb. özelliklerin yanı sıra mevsim ve aylara göre çiftlikte yardıma ihtiyaç duyulan işler (fidan dikimi, ürün toplama, salça yapımı, hayvan bakımı) vb. bilgiler yer almaktadır.

Türkiye'de uygulanan kırsal turizm faaliyetlerine ilişkin olarak bir başka örnek ise, Birleşmiş Milletler GEF programı çerçevesinde yürütülen Kastamonu Zümrüt Köyü ve Çıralı'dır. Bu proje kapsamında Çıralı'da; hem kumsalının Caretta caretta'ların yumurtlama alanı olarak korunmasını sağlamak, hem de ekolojik tarım ve ekolojik turizme dayalı doğayla uyumlu sürdürülebilir yaşam modelini devam ettirmek hedeflenmektedir. Zümrüt Köyü'nde ise; projeyle, kırsal kalkınma bağlamında milli park ilanından sonra en önemli geçim kaynağı olan ormancılığın azaldığı köyde, ekoturizm aracılığıyla, yöre halkının milli park ile ilişkisinin geliştirilmesi ve fayda sağlaması hedeflenmektedir .

Cumalıkızık Koruma ve Yaşatma Projesi'nde ekonomik anlamda; Cumalıkızık'ın ekonomik gelişiminin sağlanması ve yörede sürdürülebilir bir ekonomik yapı örgütlenmesinin sağlanması ve kaynakların akılcı yönetimi hedeflenmektedir. Sosyo-kültürel boyuttaki hedefleri ise; yörenin sosyal yapı gelişiminin sağlanması, yörenin kültürel yapısının korunması ve kültürel yapının geleceğe taşınması ve yörenin kültürel yapısının örgütlenmesi ve kaynakların akılcı yönetimidir. Fiziksel boyuttaki hedefler ise; yörede doğal çevrenin korunması ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, yöre yerleşmesinin fiziksel olarak korunması ve sürdürülebilir gelişmenin sağlanması için yangından korunmadır.

Bolu'nun Alpağut Köyü (Seben) de kırsal turizmin gelişme yolunda olduğu köylerden biridir. Köy halkı turizmi, üretilen ürünlerin değerlendirilmesi ve gelir getirici faaliyet olarak tanımlamaktadır. Alpağut Yaylası'ndaki orman varlığı, su varlığı, temiz havası, doğaya uyumlu geleneksel ahşap konutları, soğanlı-rizomlu bitkileri, yaban hayatı ile turizm ve rekreasyon için önemli bir potansiyeldir.

Ulubat Gölü kıyısında yer alan ve insan yerleşiminin çok eskilere dayandığı Gölyazı Kasabası da Güney Marmara'da kırsal turizmin gelişme sürecine girdiği bir diğer kırsal yerleşmedir.

Antalya'nın Kumluca ilçesine bağlı Kuzca Köyü de kırsal turizmin gelişmekte olduğu yerlerden biridir. Kuzca'nın tanınmasında, yazın sahilin nemli ve boğucu havasından kaçan insanların katıldığı yaylacılık faaliyeti, çevre köylerin de alışverişini yapabildiği cuma günleri kurulan pazarı, haftada birkaç gün 3 grup halinde düzenlenen safari turları rol oynamıştır. Kuzca Köyü yakın çevresinde, Alakır Çayı yakınlarında rekreasyonel faaliyetler ve su sporları, piknik ve yürüyüşler yapmak mümkündür. Kuzca'nın her bir mahallesinde

konaklayarak yöre insanının gelenek ve görenekleri ile tanışma, yöre mutfağının lezzetlerinden tatma, Akdağ ve Katrandağı'nda avcılık, atıcılık, doğa yürüyüşleri ve bisiklet turları yapma olanaklarının varlığı, köyün ve çevresinin kırsal turizm için uygun koşullara sahip olduğunu göstermektedir.

Öte yandan ciddi projelerle (örneğin Karaköy/Fethiye) eski köy kalıntılarının canlandırılmasına gidilmekte, Şirince Köyü (Selçuk/izmir) gibi bazı köylerde ise konaklama, kültür mirası evlerde gerçekleştirilmektedir.

Ege bölgesinde, Karaburun'da uygulanmaya başlanan Winpeace (Türkiye Yunanistan Kadın Barış Girişimi) Agro Turizm Projesi bunlardan birisidir. Agro Turizm, kırsal ve tarımsal bir ortamda, tarıma dayalı, modern, ancak bir o kadar da geleneksel, alternatif bir turizm şeklidir. Amacı, kırsal kesim kadınlarına eğitim vererek turistleri çiftliklerde, ev pansiyonlarında ağırlayarak tabiatla iç içe, ekmek pişirmek, reçel yapmak, el işi öğrenmek, ata binmek, ormanda gezinmek gibi özlenen etkinlikleri onlara da yaşatmaktır. Projeyle amaç, bir taraftan el sanat ve zanaatlarının geliştirilmesi, öte yandan özellikle gençleri iş sahibi yaparak büyük merkezlere göçü önlemeye çalışmaktır. Bu uygulama için, Midilli Adası'ndaki Petra Kadın Kooperatifi ile Karaburun'un köyleri kardeş köy seçilmişlerdir. Karaburun'un Küçükbahçe köyünde kanaviçe ve dantellerle süslü, eski sandıklı ve mangallı odalar, tabii yapısı bozulmadan turizme hazır hale getirilmiş; turistler için, reçel, erişte, tarhana gibi geleneksel ev ürünleri, tabiattan elde edilen malzemelerle hem nasıl ve nelerden yapıldığı öğretiliyor; hem de yemekleri yapılarak hizmet sunulmaya çalışılıyordur.

Ürgüp belediyesi Kapadokya bölgesinde kırsal turizmin tanıtımına yönelik bir proje uygulamaya karar vermiştir. Projenin bütçesi 50 milyon Dolardır. Proje kapsamında yerli ve yabancı ziyaretçiler köy düğünlerine katılacak, geleneksel köy yemekleri pişirecek inek ve koyun sağarak kırsal yaşam içinde yer alacaklardır. Ortahisar ilçesinde bulunan Kızılçukur Vadide Nevşehir il yerel sorumlusu turistin güneşi izlemesi için bir tur organize etmektedir. Çünkü bu alan güneşin doğuşu ve batışının dünyada en iyi izlenebildiği alanlardan biridir ve her yıl yaklaşık 30.000 turist günlük yaklaşık 1.5 $ ödeyerek yeri ziyaret etmektedir. Akdeniz bölgesinde Burdur, Isparta ve Antalya, Marmara bölgesinde Balıkesir ve Çanakkale, Ege Bölgesinde ise İzmir, Manisa, Muğla ve Denizli illerini kapsayan deve güreşleri yapılmaktadır. Son yıllarda Nevşehir Kapadokya'daki Aşmalı Konak ve Kızık-Bursa Cumali'deki Kınalı Kar, Şirince-İzmir'deki Hekimoğlu gibi kırsal alanlarda opera yapılmıştır. Ayrıca Kapadokya'da yapılan birçok Türk filmi vardır. Bu yüzden pek çok insan nostalji yaşamak, tarihi yerleri gezmek, aktör ve aktrisleri görmek için bu köyleri ziyaret etmektedir.

Erzincan ve Muğla'nın kırsal alanlarında profesyonel yamaç paraşütü yapılmaktadır. Türkiye'nin güney batısında kırsal turizme yönelik bazı özel organizasyonlar yapılmaktadır. Bunlardan biri olan Huzur Vadisi programı içinde alternatif terapi, yürüyüşler ve yoga gibi hizmetler sunan bir tatildir. Diğer bir profesyonel turizm aktivitesi olan TOHUM katılımcılarına organik tarım, folklor dansı, kadınlarla yemek pişirme ve geleneksel köylerde yaşamak gibi pek çok aktivite sunmaktadır. Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi ise ekoturizm ve yayla turizmi için elverişlidir.

DAKAP kapsamında, 2003 yılı sonunda başlatılan "Doğu Anadolu Kalkınma Programı", konu olarak kırsal turizmi pilot alanı olarak da, Çoruh Nehri Havzası'nın Erzurum'un İspir ve Artvin'in Yusufeli İlçeleri sınırları içinde kalan bölümü belirlenmiştir. Proje etkinlikleri, İspir ve Yusufeli İlçe Merkezleri ile turizm gizilgücü yüksek olan seçilmiş belde ve köylerde yoğunlaştırılmıştır. Projenin temel amacı, İspir ve Yusufeli ilçeleri ve köylerinin kırsal turizm için bir varış noktası haline getirilmesi çabalarına destek vermektir. Bu amaca uygun olarak, projenin genel amacı DAKAP'ın "bölge kalkınma çabalarına katkıda bulunma" görevini turizm alanına taşımak ve bu çerçevede Çoruh Vadisi'ndeki doğal ve kültürel zenginliklerin turizm amaçlı kullanımını sağlayacak katılımcı ve sürdürülebilir bir model geliştirmektir.

Türkiye'de kırsal alanlarda turizm faaliyetlerinin geliştirilebilmesi gündeme gelince hemen akla yaylalar ve dolayısıyla yayla turizmi gelmektedir. Oysa Türkiye'deki dağ ve orman köylerinden başka birçok ova köyü de sahip olduğu tarihi ve sosyo-kültürel değerler açısından kırsal turizm için önemli potansiyele sahiptir. Başta Doğu Anadolu Bölgesi ve bu bölgede en önemli yayla ili olan Erzurum olmak üzere; bu ilin Palandöken Dağları, Tortum Şelalesi, Uzundere Dinlenme Vadileri, Rize Kaçkar Dağları ve Artvin ve çevresi kırsal turizm açısında çok önemlidir. İstanbul ve İzmir gibi büyük kentlerin çevresinde, Muğla ve Antalya gibi turistik illerde, Bursa ve Kastamonu gibi tarihi ve kültürel zenginliklere sahip yerleşim yerlerinin çevresinde, antik kentlerin yakınlarındaki köylerde bu yönlü kırsal turizmin geliştiği görülmektedir.

Kırsal turizmi kendi ülkelerinde tanıyan Avrupalı için Türkiye, bu açıdan hemen hemen hiç bilinmeyen bir ülkedir. Bu nitelikli turist potansiyelini ülkemize yönlendirmek, yeni turist pazarlarının doğması ve turist sayısının artışı anlamına gelir. Böylece ülkemizin turist profilini ve pazarını çeşitlendirmede kırsal turizmin önemi açıkça bellidir. Türkiye'nin kırsal alanları, Avrupa (özellikle Akdeniz ülkelerine)' ya pek yabancı olmasa da, kırsal kültürümüz onlara göre çok farklıdır. Kültürel yayılma neticesinde konut mimarisi başta olmak üzere, dil,

yemek, müzik, giyim-kuşam vb. konularda geçişler olabildiğinden benzerlikleri yakalamak da mümkündür.

Türkiye'de kırsal turizmin, ekonomiye katkı sağlayan verimli bir sektör olarak geliştirilmesi için girişilen faaliyetler arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Kırsal kalkınma ancak, devlet, mahalli idareler ve halkın birlikte hareket etmesiyle gerçekleşebilir. Turistik talebi yaratan faktörleri ve talebi etkileyecek çeşitli yönelimleri kavrayabilmek için devamlı araştırmaların yapılması gerekmektedir. Tüketici alışkanlıklardaki değişiklikler veya halkın ihtiyaçlarına daha uygun düşen yeni turistik arzın ortaya konması gibi değişiklikler yakından izlenmelidir (Emiroğlu, 2013) .

1.5.5.7 Sualtı Dalış Turizmi

Türkiye'nin bulunduğu bölge bir yarımada olup üç tarafı denizlerle çevrilidir. Türkiye'yi çeviren bu denizler, aslında Atlantik Okyanus'una bağlı bir iç deniz olma özelliğini taşımakta ve birçok yönden benzerlikler görülmektedir. Anadolu kıyıları gerek su altı flora-fauna zenginliği gerekse batıklar anlamında oldukça zengindir. Ayrıca dalış turizminin sürdürülebileceği hava, deniz koşullarına ve konaklama alt yapısına sahiptir. Bunun yanında kıyıların topografik yapı, sıcaklık, tuzluluk, besleyici tuzlar ve oksijen dağılımı gibi kendilerine özgü şartlar ortaya koymaktadır. Türkiye denizlerinin bu yapısı dalış aktivitelerini de etkilemektedir. Dalış turizmi henüz hak ettiği popülerliği kazanmasa da su altı arkeolojik ve batık zenginliği bakımından Türkiye, dünyanın önde gelen ülkeleri arasında bulunmaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu dalış turizmi potansiyeli bu özellikler kapsamında önemli bir yere sahiptir.

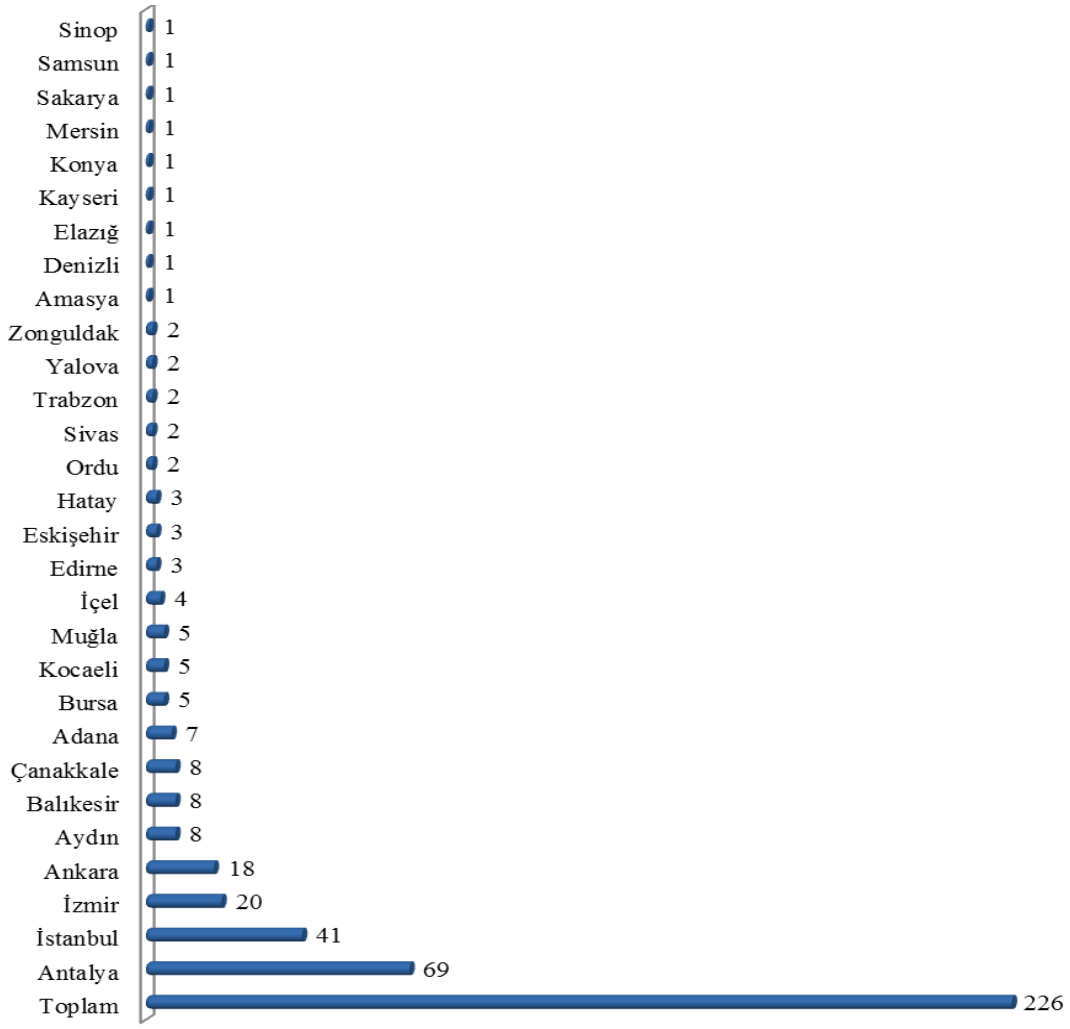
Doğu Akdeniz havzasında Türkiye'nin bakir kıyılan, denizin berrak sulan ve su altı arkeolojisi 1980'li yıllardan itibaren su altı dalış turizminin hareketlenmesini sağlamıştır Bu ivmelerime dalış okullarının açılmasını teşvik etmiştir. 1980'li yıllardan itibaren Türkiye kıyılarında kurulan dalış okulları bazı eksiklikleri olmakla birlikte yabancı ülkelerdeki dalış okullarının gerisinde değillerdir. İstanbul, Bursa, Antalya, İzmir, Ankara gibi illerde faaliyet gösteren birçok dalış okulu dalış mevkilerinde uygulamalı dalış eğitimlerini vererek hem bu sporun yaygınlaşmasına hem de dalış turizmine büyük katkı sağlamaktadır. Günümüzde su altı dalış turizminin, kıyı turizminin gelişimine paralel bir gelişim göstermektedir. Sektörün ivmelenmesi her geçen güç artmaktadır.

Türkiye dalış turizminde İhtiyar Akdeniz Uluburun Batığı Son Tunç Çağı'nda Anadolu'nun komşu medeniyetlerle deniz ticareti ilişkisini açıklamak için bu güne kadar kazısı yapılan en

eski batıktır. Kaş'ta 11 yıl süren kazı çalışmalarıyla ortaya çıkanları ve şu anda Bodrum Su Altı Müzesi'nde sergilenen batık, Antik Dönem'e ilişkin deniz ticareti malzemeleri (Ortadoğu ve Kıbns kökenli hammaddeleri) ve o dönem medeniyetleri hakkında önemli bilgiler vermektedir. Uluburun Batığı gibi yüzlerce batığı barındıran Anadolu kıyılarında yürütülecek bilimsel çalışmalar ile bu batıkların envanterinin çıkarılması ve arkasından koruma-kullanma dengesi içinde dalış turizmine açılması gerekmektedir. Bu araştırmada çeşitli dönemlerde tarihlenen çok sayıda batığı barındıran araştırma alanı kıyılarının batık envanterinin çıkarılarak bilim dünyasının dikkatine sunulması amaçlanmaktadır. Bunun yanında dalış turizmine açılmasının bilimsel çerçevelere ilişkin öneriler getirmektedir.

Türkiye'de illere göre dalış okulu sayısı incelendiğinde İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlerde dalış okulları fazladır. Bu şehirlerin de su altına ilgi duyan harcama gücü yüksek bireylerin dalış okullarının talep oluşturması bu sayısının artmasında etkili olmaktadır. Bunun yanında Ege Denizi ve Akdeniz'e kıyısı bulunan (Adana, Aydın, Balıkesir gibi) illerde dalış okulu sayı Karadeniz'e kıyısı bulunan illere (Sinop, Samsun, Trabzon, Zonguldak gibi) göre daha fazladır. Araştırma alanı olan Çanakkale İli kıyılarında ise dalış okulu sayısı 8 olup, Akdeniz ve Ege kıyılarındaki illerde bulunan dalış okulları sayısına yakındır. Bu durum Çanakkale İli sınırlarının Marmara Denizi'nden Ege Denizi'ne uzanması etkilidir. Araştırma alanı olan Bozcaada, Eceabat ve Gökçeada kıyılarında dalış okulları sayesinde dalış turizminin ülke standartlarında ulaşmaya başladığının bir göstergesidir. Araştırma alanı olan bu kıyılar, sahip olduğu su altı değerleriyle de önemli derecede ulusal ve uluslararası çekiciliğe sahiptir. İzmir (20), Aydın (8), Muğla (5), Antalya (69), ve İçel (4) illerinde toplamda 106 dalış okulu faaliyet göstermektedir. Kıyı turizminin geliştiği illerde dalış turizmine gelen yüksek talep dalış okullarının sayısını arttırmaktadır. Özellikle Antalya İlinin Türkiye dalış okullarının % 30,5'ine sahip olması ile gelen yerli ve yabancı turistlerin dalış merkezlerine yüksek talep oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Antalya İlinde dalış merkezlerine gelen yüksek talep daha ziyade rekreatif amaçlı dalış yapmak isteyen bireylerden oluşmaktadır (Akkoç, 2013).

Grafik 31. İllere Göre Türkiye'deki Dalış Okulu Sayısı 2014



Kaynak: Türkiye Su Altı Sporları Federasyonu, 2014

1.5.5.8 İnanç Turizmi

Ulusal sınırları hesaba katmaksızın dünyada meydana gelen teknolojik gelişmeler, insanları bir araya getirmektedir. Yazının icadından bu yana, belki de 9.000 veya 10.000 yıl önce, dünya üzerindeki bazı yerler, farklı kültür, uygarlık ve dinler arasında oluşan yakın ilişkilere sahne olmuştur.

Türkiye sahip olduğu coğrafi konumu ve tarihi dolayısıyla dünyanın eski medeniyetlerinin ve inançlarının beşiği olmuştur. İnanç turizmi bakımından Türkiye büyük bir potansiyele sahiptir. Nitekim gerek ilkçağ medeniyetlerinin Anadolu'da gelişmesi, gerekse de Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde havarilerin, Ortaçağ'da ise Musevilerin yaşadıkları yerlerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikaları sonucu, bu topraklara sığınmış olmaları, Türklerin kendi dini olan İslamiyet'e ait eserlerin yanı sıra, çok sayıda sinagog ve kilisenin Anadolu'da yer almasına neden olmuştur. Anadolu'nun Türkleşmesinden sonra, Selçuklu ve özellikle de Osmanlılar döneminde bu topraklarda yaşayan insanların inançlarında serbest bırakılmaları, herhangi bir baskı olmadan kendi inançlarını yaşamaları ve mabetlerini inşa etmelerine izin verilmesi bunda etkili olan en önemli unsurlardandır. Bunun sonucunda da Anadolu'da inşa edilmiş dini mabetler ve tapınaklar, milletimizin İslami anlayış paralelinde derin saygı ve hoşgörü içerisinde günümüze kadar ulaşmıştır. Kuşkusuz bu eserler, güneş-kum, deniz turizmine alternatif turizm çeşitlerinden inanç turizmi açısından ülkemize büyük avantaj sağlamakta ve bu konuda dünyanın sayılı ülkelerinden birisi durumuna gelmesine zemin hazırlamaktadır. Örneğin; Filistin'de doğmuş ve ölmüş İsa Peygamber'in havarilerinin Anadolu topraklarına sığındığı, Hz. İsa'nın öğretilerinin ilk olarak Anadolu'da yayılmaya başlanıldığı, ilk kiliselerin bu topraklarda kurulduğu ve Hıristiyanlık tarihinin en önemli olaylarının Anadolu'da yaşandığı düşünülürse, inanç turizminin Türk turizminde ne kadar büyük bir paya sahip olabileceği kolayca görülecektir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, İnanç Turizminin geliştirilmesi amacıyla başlattığı çalışmalar kapsamında, 1993 yılında öncelikle üç büyük dinin günümüze kadar ulaşan eserlerinin ve ibadet yerlerinin envanterini hazırlamıştır. Türkiye genelinde Valilikler, Kültür Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli Üniversitelerin de görüşleri alınarak yapılan envanter çalışmasında, ülkemizde yer alan ve sayıları çok fazla olan eserler içerisinden (http://www.kulturturizm.gov.tr):

* Dini yönden önemi bulunan ve büyük oranda ziyaret edilen,
* Sanat Tarihi açısından önemli olan,
* Mimari özelliği nedeniyle türünün ilk ve ilginç örneği olan,
* Ulaşımı kolay bir noktada bulunan ve Seyahat Acentaları tarafından tur programlarına dahil edilen belirli ve önemli merkezlerin tespiti yapılmıştır.

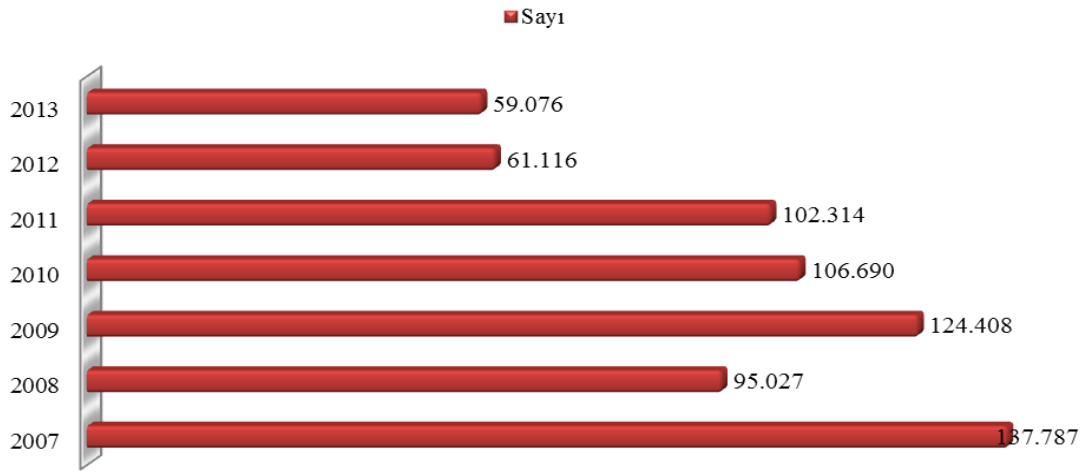
Hristiyanlığın ilk yedi kilisesi Anadolu topraklarında bulunmaktadır. Bu kiliselerin yanı sıra Anadolu'nun neredeyse her yanı dini miraslarla doludur. Buna rağmen; Türkiye'de inanç turizmi ile ilgili bilinçli çalışmalar 1995 yılında başlamıştır. 1995 - 1998 yılları arasında çok

sayıda tur operatörü, basın mensubu ve konu ile ilgili uzman kişilerin katılımı ile " İnanç Turizmi" turları yapılmıştır. Bu turların temel özelliği belirli bir mevsime bağlı olmadan 12 ay boyunca yapılabilir olmasıdır. Tüm çalışmalara rağmen beklenen gelir ve turist sayısına ulaşılamamıştır.

Türkiye istatistik Kurumu'nun yapmış olduğu "Yabancı Ziyaretçi Eğilim Anketi" verilerine göre; 1965 - 2007 yılları arasındaki 42 yıllık süre içinde ülkemize "dini amaçlarla" gelen turistlerin sayısı genel turist sayısı bile değildir. Ayrıca National Geographic Dergisinin yayınladığı "Dünya İnanç Turizmi Haritası"nda, son yıllarda yoğun ilgi gören merkezler arasında ülkemize yer verilmemiştir.

Türkiye istatistik Kurumu verilerine göre 2007 ve 2013 yılları arasında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin geliş amacı derlenmiştir. Dini nedenlerle Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin sayısı son yıllarda düşüş göstermiş ve 2013 yılında en düşük seviyeye inmiştir.

Grafik 32. Dini Nedenlerle Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistler



Kaynak: TUİK, 2013

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ülkemizde inanç turizmine uygun 316 eser belirlenmiştir. Bunların 167 tanesi Müslümanlık, 129 tanesi Hristiyanlık ve 20 tanesi Musevilik dinine aittir. Her ülke, Türkiye kadar kültürel ve dinsel mirasa sahip değildir. Dolayısıyla inanç turizmi Türkiye'ye doğal bir rekabet avantajı yaratmaktadır.

İnanç turizmi, turizmin diğer alternatif biçimleriyle birlikte yerel ekonomileri güçlendirmekte ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bölgedeki kültür ve sanat

merkezlerinin sürekli gelişmesine fayda sağlamaktadır. Ülkemizin hem dini hem de kültürel anlamda çok zengin kaynaklara sahip olduğunu düşündüğümüz zaman ise, gelen ziyaretçi sayılarını gösteren bu rakamlar çok düşük kalmaktadır. Ülkemizdeki kaynakların yanı sıra, inanç turizminin dünyada 20 milyar Dolarlık bir pazar payına sahip olduğunu göz önüne aldığımızda inanç turizminin diğer turizm çeşitleri içindeki payının arttırılabileceği düşünülmektedir (Kurnaz, 2013).

1.5.5.9 Etkinlik Turizmi

Etkinlik turizmi adı altında Türkiye'de üzerinde durabileceğimiz en önemli etkinlik anma etkinlikleri olarak söylenebilir. Daha öncede belirtildiği üzere anma etkinlikleri kültürel etkinlikler başlığı altında incelenmektedir. Her toplumun tarihinde önemli bir yere sahip kişi ve olaylar için her yıl düzenli olarak etkinlikler düzenlenmektedir. Türkiye tarihinde de önemli bir yere sahip olan Çanakkale Savaşları birçok anma etkinliğini kapsamaktadır. Bu etkinlikler, 18 Mart Deniz Zaferi ve Şehitleri Anma Günü, Anzak Törenleri, Şafak Ayini, 57. Alay Yürüyüşü ve 10 Ağustos Anafartalar Zaferi için gerçekleştirilen törenlerdir. Bu törenlerin yanı sıra yurdumuzun her köşesinde yılın belirli günlerinde anma törenleri düzenlenmektedir. Sarıkamış Deniz Şehitlerini Anma Etkinlikleri, Sarıkamış Anma Yürüyüşü, Mevlana'yı anma etkinlikleri kapsamında Şeb-i Arus Törenleri, Hacı Bektaşi Veli Anma Törenleri bu tür etkinliklerdendir. Ayrıca, Türk milleti için önemli bir yere sahip olan Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ulu önder Mustafa Kemal Atatürk için her yıl 10 Kasım'da anma törenleri düzenlenmekte ve yüzbinlerce insan Anıtkabir'i ziyaret etmektedir. 10 Kasım 2013 tarihinde 1.089.615 kişi Anıtkabir'i ziyaret ettiği bilinmektedir.

Özellikle Türk tarihinde önemli bir yeri olan ve Birinci Dünya Savaşında yüzbinlerce asker şehit verilen Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı (GYTMP) da anma etkinleri çerçevesinde hüzün turizminin yoğun olarak yaşandığı bir bölgedir.

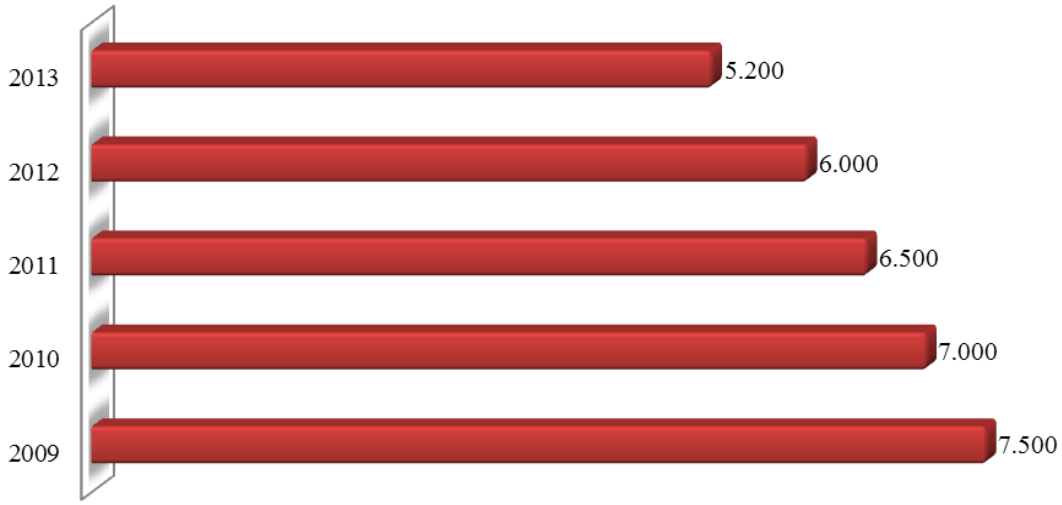
GYTMP'ye gelen Türk ziyaretçiler şehitlik, anıt, kale ve tabyaların yanı sıra Kilye Ana Tanıtım Merkezi ve 7 Haziran 2012'de hizmete açılan Çanakkale Savaşları Tanıtım Merkezi'nde Çanakkale Savaşları hakkında bilgi almaktadır. Üç boyutlu gösterimlerin de yer aldığı 11 canlandırma odasının yer aldığı Çanakkale Savaşları Tanıtım Merkezi önemli bir çekicilik unsuru olarak dikkat çekmektedir.

Birinci Dünya Savaşı'nda Çanakkale Savaşları'nın gerçekleştiği Gelibolu Yarımadası'nda şehit olan Türk askerleriyle ilgili farklı sayılar verilmektedir. Genel Kurmay Başkanlığı Personel Başkanlığı verilerine göre; toplam 56.740 şehit olmak üzere, Ocak 1916 itibariyle genel zayiat

213.187'dir. Diğer bir kaynağa göre ise; Türkler toplam 57.263'ü şehit, geri kalanı yaralı, esir ve kayıp olmak üzere 211.000 zayiat vermiştir. İtilaf kuvvetlerinde ise 21.200'den fazla İngiliz, 10.000 Fransız, 8.700 Avustralyalı, 2.700 Yeni Zelandalı, 1.350 Hindistanlı, 49 Newfoundlander'lı savaşta hayatını kaybetmiş, 26.111'i Avustralyalı, 7.571'i Yeni Zelandalı olmak üzere toplamda 97.000'in üzerinde asker de yaralanmıştır.. Avustralya kaynaklarına göre ise Çanakkale Savaşları'nda 86.692 Türk asker şehit olurken, 21.255 İngiliz, 10.000 Fransız, 8.709 Avustralyalı, 2.701 Yeni Zelandalı asker hayatını kaybederken, 19.441 Avustralyalı, 4.752 Yeni Zelandalı asker yaralanmıştır (Yıldırım, 2014).

GYTMP'de ise ilk olarak 1925 yılında Anzak Törenleri kapsamında Şafak Ayini gerçekleştirilmiştir 25 Nisan'da gerçekleştirilen törenler kapsamında geceyi Anzak Koyu'nda geçiren Avustralyalı ve Yeni Zelandalılar, sabahın ilk saatlerinde başlayan anma etkinliklerini gün içinde gerçekleştirmektedirler. Her yıl binlerce ziyaretçinin katıldığı anma etkinliğine, törenlerin 90. yılı olan 2005'te yaklaşık 20.000 kişi katılmıştır. Çanakkale Avustralya Konsolosluğu verilerine göre son beş yıl içinde Anzak Günü anma törenlerine katılanların sayısı Grafik 33'teki gibidir.

Grafik 33. Anzak Günü Anma Törenlerine Katılan Ziyaretçi Sayıları



Kaynak: Çanakkale Avustralya Konsolosluğu, 2014.

Çanakkale Savaşları'nın 100. Yılı olan 2015 yılında yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarında önemli bir artış olacağı beklenmektedir. Türkiye ve Avustralya hükümeti 2015 yılında gerçekleştirilecek törenlere 8.000 Avustralyalı, 2.000 Yeni Zelandalı 500 görevli

olmak üzere kura ile belirlenecek 10.500 kişinin katılması konusunda karar almışlardır (www.anzac.govt.nz).

Türkiye açısından üzerinde durabileceğimiz diğer bir etkinlik türü de festivallerdir. Son yıllarda çeşitli ülkelerde ve şehirlerde düzenlenen turizm amaçlı etkinlikler/festivaller, düzenlendikleri bölge ekonomisine büyük oranda katkı sağlamaktadır. Etkinliklerin/ festivallerin genel olarak ekonomik etkileri üç farklı kaynaktan ortaya çıkmaktadır. Bunlar:

* Etkinliğe/festivale katılan ziyaretçiler tarafından yapılan harcamalar,
* Etkinlik/festival nedeniyle gerçekleşen yatırım harcamaları,
* Etkinliği/festivali gerçekleştirme ile ilişkili, organizatörler tarafından yapılan harcamalardır.

Hem gösteri sunacak, hem de bunları izleyecek kişilerin festival yerine gelmesi için ulaşım hizmetleri, konaklamaları için otel odalarının kiralanması, örneğin, resimlerin sergilenmesi için galerilerin, konserler için salonların düzenlenmesi gibi faaliyetler, hepsi yeni hizmetlerin üretilmesi demektir. Üretim ve tüketimin birbirlerini tetikleyen zincirleme bir süreç olduğu gerçeğinden hareketle, bu etkinlikler dizisi sırasında, birçok kişi ve kuruluş, yeni mal ve hizmetler üretir, ek para kazanır. Sonuç olarak, ekonomide canlanma, ekonomik faaliyette ve kişilerin kazancında artış olur. 2005 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen Formula 1 Türkiye Grand Prix'e 15000 yabancı turist katılmış ve 8.232.750 TL doğrudan gelir elde edilmiştir. 2005 Türkiye Grand Prix'i ile turizm sektörüne yönelik 8.232.750 TL'lik nihai talep artışı, ekonomi genelinde 21.305.533,73 TL'lik üretim artışına neden olmuştur.

Ekonomik etkisiyle birlikte festivaller toplumların kültürlerini ve değerlerini de yansıtmaktadır. Bazı festivaller yerel yiyeceklere, bazıları etnik özelliklere, bazıları ise halk oyunlarına yönelik olmaktadır. Birbirlerinin kültürlerini tanıma fırsatı bulan insanlar, aslında seyahatlerinin temelini oluşturan merak ve keşfetme dürtüsünü tatmin etmektedirler. Ayrıca festivallerin gönüllü katılımının, yerel demokrasiyi geliştirdiği, toplumların kendine olan güvenini artırdığı ve şehirlerin altyapısını geliştirdiği de vurgulanmaktadır.

Festivaller ev sahibi çevrenin eşsiz özellikleri sergilemek için de mükemmel bir yol olarak sunulabilir. Ancak, ev sahibi çevrenin büyük bir hassasiyet ve dikkatle bu özellikleri korumak için önlemler alması gerekebilir. Çünkü festivaller ev sahibi destinasyonlarda istenmeyen ve planlanmayan etkiler de yaratabilir. Trafik sorunları, çevre kirliliğine yol açan atıklar, gürültü kirliliği, alkol kullanımı sorunları ve çevredeki yapılara zarar verilmesi gibi istenmeyen

durumlar planlanmayan ve istenmeyen sorunlara yol açabilir. Festivallerin çevresel ve fiziksel etkilerinin olumlu yönde sonuçlanabilmesi için sürdürülebilirlik ilkesi temel alınmalıdır. Etkinlik ve festivallerin olumsuz etkilerinin yanında çevre sergilenmesi, çevre bilincinin artırılması, altyapı mirası, geliştirilmiş ulaştırma ve haberleşme, kentsel dönüşüm ve yenileme gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır. Bir etkinliğin organize edilmesi etkinliğin gerçekleştiği bölgede yeni altyapı ve üstyapı unsurlarının inşa edilmesini ya da var olan tesislerin yeniden gözden geçirilmesini de gerektirmektedir.

Türkiye açısından festivallere verilebilecek en iyi örnek ise Altın Portakal Film Festivalidir. Festival organizasyonu, 1995 yılından itibaren günümüze kadar, Antalya Büyükşehir Belediyesi önderliğinde "Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı" adıyla kurulan, Eylül 2002'den sonra Antalya Kültür Sanat Vakfı adıyla hizmet veren AKSAV tarafından yürütülmektedir. Festival Türkiye'nin en eski ve uzun soluklu film festivalidir. İlki 1964 yılında gerçekleştirilen festivalin kesintisiz bir biçimde her yıl sahneye konmasıyla birlikte 2012 yılında 49.su düzenlenmiştir. Festival yılda on milyona yakın turist çeken Antalya'nın turizmde yüksek sezonu bitirdiği Ekim ayının ikinci haftasında gerçekleşmektedir.

Altın Portakal Film Festivali'nin tanıtımı için Cannes, Venedik ve Berlin film festivallerinde stantlar açılmaktadır. Sponsorluk karşılığında ulusal ve uluslararası görsel ve yazılı basına festival bültenleri verilmekte, 2-3 dakikalık festival tanıtım fragmanları hazırlanmaktadır. Altın Portakal Film Festivali'nin sesini uluslararası platformda daha iyi duyurabilmek için pazar ülkelerde kendi alanlarında öne çıkmış ve kamuoylarını etkileyebilecek nitelikteki kişilerin, sanatçıların, sanat yönetmenlerinin, gazetecilerin, davet edilmesine devam edilmekte, büyük filmlere gala sahipliği yapılmaya çalışılmaktadır (Kömürcü, 2013).

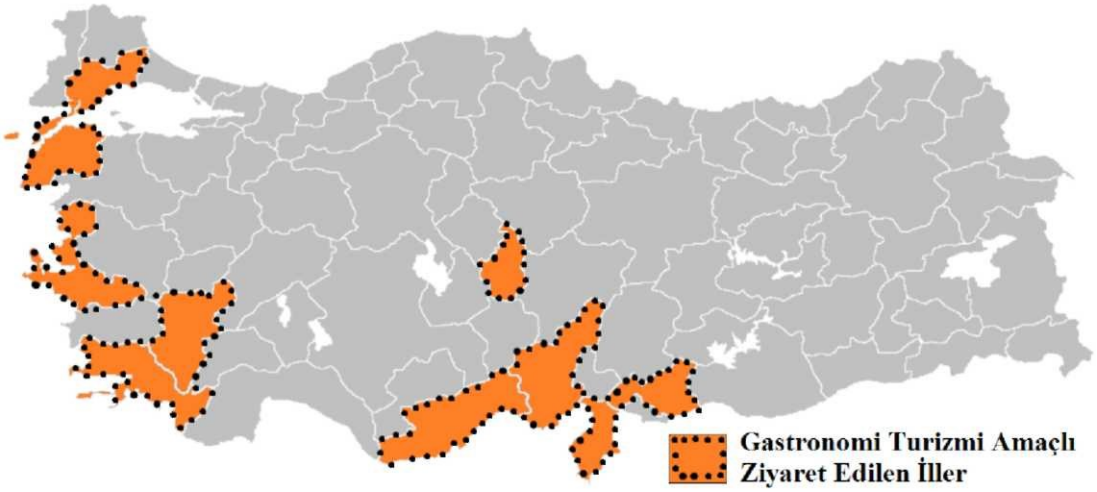
1.5.5.10 Gastronomi Turizmi

Bir ilde, bölgede veya ülkede gastronomi turizminin gerçekleştiğinin en önemli göstergesi o bölgeye gastronomi turizmine katılmak amacıyla gelen turistlerin varlığıdır. Türkiye'de mevcutta il düzeyinde gerçekleşen turizm türlerine ait resmi bir veri bulunmamaktadır. Bu nedenle, Çağrı (2012) yapmış olduğu çalışma kapsamında verileri internet üzerinden anahtar kelime taraması yaparak çıkan tüm sonuçları incelenmiş, internet üzerinde gastronomi turları organize edildiğinin, gastronomi turizmi amacıyla ziyaret edildiğinin bilgisi bulunan iller tespit etmiş ve tüm iller bu amaçla ziyaret edilip edilmeme durumlarına göre haritalara işlenmiştir.

Buna göre, Türkiye'de gastronomi turizminin Marmara Bölgesi'nde Çanakkale ve Tekirdağ illerinde, Ege Bölgesi'nde İzmir, Muğla ve Denizli illerinde, Akdeniz Bölgesi'nde Mersin, Adana ve Hatay illerinde ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nde Gaziantep ilinde ve Orta Anadolu Bölgesi'nde Nevşehir ilinde gerçekleştiği tespit edilmiştir..

Tekirdağ, Çanakkale ve Denizli illeri, şarap ve bağ bozumu turlarınca ziyaret edilmektedir. İzmir, Muğla, Mersin, Adana, Hatay, Gaziantep illeri yöresel yemekleri ile gastronomi turizmi için çekicilik yaratmaktadır. Nevşehir ilinin ise hem yemek hem şarap potansiyeli ile gastronomi meraklılarını kendine çektiği tespit edilmiştir.

Harita 3. Türkiye'de gastronomi turizmi amaçlı ziyaret edilen iller



Kaynak: Çağrı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Bölge Planlama Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Bir bölgenin sahip olduğu ve planlanan restoran sayısı, gastronomi turizmi gelişmişliği açısından birinci derece bir göstergedir. Bir bölgenin kaliteli, özellikli ve turistlere yetecek kapasitede yeme içme mekanlarına sahip olması, gastronomi turizminin gerçekleşebilmesi açısından çok önemlidir.

Buna göre, en fazla turizm işletme belgeli yeme içme mekanı İstanbul Bölgesi, Ankara'yı içine alan Batı Anadolu Bölgesi ve Ege Bölgesi'nde görülmektedir. Bu bölgelerin yüksek sayıda yeme içme mekanına sahip olmaları, İstanbul ve Ankara illerinin yüksek nüfuslu metropoliten alanlar olmaları nedeniyle ve Ege Bölgesi için de özellikle kıyı turizminin merkezi olması nedeniyle gelen turistlere hizmet veren yeme içme mekanlarının çok olması ile açıklanabilir. Geri kalan bölgelerin yeme içme tesisi sayıları çok azdır. Özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde

hiç turizm işletme belgeli yeme içme tesisi bulunmayışı, durumun kritikliğini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de turizm yatırım belgesine sahip yeme içme mekanları açısından, yani potansiyel yeme içme mekanları açısından, incelendiklerinde, tüm bölgeler için planlanan sayının çok düşük olduğu görülmektedir. Düşük olan bu yoğunluk kendi içinde gruplandırıldığında, mevcutta yüksek sayıda yeme içme mekanına sahip Ege bölgesinden sonra, en yüksek değer Akdeniz bölgesinin olmaktadır. Dünyada en prestijli tescillerden biri olan ve restoranlara verilen Michelin Yıldızı'dır. Türkiye'de mevcutta Michelin yıldızı alan herhangi bir restoran bulunmamaktadır.

Türkiye'de mevcutta şarap, zeytinyağı ve yerel mutfak alanlarında özelleşmiş toplam 7 adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. Tekirdağ'da Türkiye'nin tek şarap müzesi bulunmaktadır. Çanakkale, Balıkesir, İzmir illerinde zeytinyağı müzeleri bulunmakta olup, İzmir Oleatrium müzesi Avrupa'nın en büyük zeytinyağı müzesidir. Gaziantep, Şanlıurfa ve Hatay'da yöresel mutfak ile ilgili müzeler bulunmaktadır. Şarap müzesi haricinde, Türkiye'deki gastronomi müzelerinin özellikle 2005 yılı sonrasında açıldıkları görülmektedir. Bu durum konuya verilen önemin ve ilginin arttığının göstergesidir.

Tablo 11. Türkiye'de İllere Göre Gastronomi Müzeleri

İller	Gastronomi Müzesi Adı	Açılış Yılı
Tekirdağ	Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi	1900'lerin Başı
Çanakkale	Adatepe Zeytinyağı Müzesi	2001
Balıkesir	Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	2005
Gaziantep	Emine Göğüş Gaziantep Mutfak Müzesi	2008
İzmir	Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Sergi Alanı	2011
Şanlıurfa	Şanlıurfa Geleneksel Mutfak Müzesi (Tarihi Hacıbanlar Evi)	2011
Hatay	Hatay Antakya Mutfak Müzesi	Açılış Aşamasında

Kaynak: Çağrı, I. B. (2012

Yerel gastronomi etkinlikleri, şenlikler ve festivaller, yerel için bir kültür ögesi olarak yerel yiyecek ve içecekleri kabulünün ve bu amaçla bir araya gelişin, gastronomi turizmi amaçlı bir bölgeye gelen turistler için ise katılabilecekleri, yerel halk ile bir araya gelebilecekleri ve yerel kültürü yaşayabilecekleri bir çekiciliktir.

Türkiye'deki tüm iller için, İl Turizm Müdürlükleri'nin Yerel Etkinlikler Bölümü'nden alınan bilgiler doğrultusunda, Türkiye'de iller bazında, sayı ve konu açılarından yerel gastronomi etkinliklerinin analizi yapılmıştır. Bu analizde, Türkiye'deki yerel festivaller içerisinde yerel gastronomi varlıkları odaklı düzenlenen festival, şenlik ve panayırların geniş yer tuttukları görülmektedir. Gastronomi odaklı olarak düzenlenen yerel etkinliklere sayı olarak bakıldığında, yıl içinde en fazla etkinliğin Ankara, Denizli, Antalya, Manisa, Bursa, Kütahya, Afyon illerinde gerçekleştirildikleri görülmektedir. Bu bağlamda, mevcutta en fazla yerel gastronomi etkinliği Türkiye'nin gelişmiş batı bölgelerinde gerçekleşmektedir. Türkiye'nin geri kalan doğu illerinde yıllık festival sayıları 2-7 adet arasında değişmekte, bazı illerde yıl içinde hiçbir geleneksel gastronomi şenliği düzenlenmemektedir. Bazı illerin İl Turizm Müdürlüğü internet sitelerinde ise yerel etkinlikler ile ilgili bilgiye ulaşılamamıştır. Türkiye'de yerel gastronomi etkinlikleri, üzüm ve bağbozumu, meyva, peynir, sebze, zeytin ve zeytinyağı, yemek ve tatlı, baharat ve kuruyemiş, bal ve pekmez ile çay yöresel ürünlerine göre düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin, illerin tescilli gastronomi potansiyellerini tanıtması önemlidir.

Türkiye'de düzenlenen yerel gastronomi etkinliklerinin çoğu, il ve ilçe düzeyinde yerelin katılımı ile sınırlı kalmaktadır. Bu etkinliklerinin, yerli ve yabancı turistleri kapsayacak şekilde düzenlenmesi, ulusal ve uluslararası tanıtımlarının yapılması, gastronomi turizminin bölgedeki gelişimi açısından önem taşımaktadır (Çağrı, 2012).

Tablo 12. İllerin Yerel Gastronomi Etkinlikleri

Adana	Kiraz Festivali, İmamoğlu Şeftali Festivali, Sarımazı Zeytin Festivali
Afyonkarahisar	Sultan Divani Hz Anma ve Şifalı Aşure Günü, Flamingo ve Yumurta Festivali, Bolvadin Geleneksel Kaymak Festivali, Tazlar Katmer Şenliği, Kırka Belediyesi Halk Kültür Sanat ve Bezelye Festivali, Halı Kilim ve Kaymak Böreği Festivali, Kınık Katmer Şenliği, Kiraz Festivali, Meyves Meyvecilik Kültür ve Sanat Festivali
Ankara	Ayaş Dut Festivali, Beypazarı Havuç Festivali, Güdül Üzüm Festivali, Çeltikçi Belediyesi Pirinç Festivali Kızılcahamam, Yenikent Kavun Festivali ve Kültür Şenlikleri, Güdül Kiraz Festivali, Şereflikoçhisar Tuz Festivali, Kutludüğün Gözleme Ayran Kültür ve Sanat Festivali, Beypazarı Kapama Şöleni, Kazan Kavun Pazarı, Kızılcahamam Su Festivali, Güdül Kapama Şöleni, Beypazarı Tarihi Evler El Sanatları Havuç ve Güveç Festivali, Ayaş Dut Tarihi Evler ve El Sanatları Festivali, Hasat ve Kültür Festivali, Domates Festivali, Kalecik Karası Üzüm Festivali, Çorak Et Panayırı, Su Festivali.
Antalya	Antalya Merkez Çığlık Nar Festivali, Kutlama (Pilav) Günü, Ayran Festivali, Akçay Geleneksel Elma ve Sünnet Şöleni, Uluslar arası Hasyurt Tarım Fuarı, Gazipaşa Atatürk'ü Anma ve Çekirdeksiz Nar Festivali, Gazipaşa Tarım Fuarı, Üzümdere Köyü Üzüm ve Balık Festivali (İbradı), Ormana Üzüm Festivali (İbradı), İbradı Üzüm Festivali, Bozova Keşkek Şöleni (Korkuteli), Şehzade Korkut Şenlikleri ve Mantar Festivali, Kumluca Tarım ve Seracılık Şenlikleri, Manavgat
Ardahan	Ardahan Bal Festivali, Göle Ulusal Kaşar Festivali Çilek Tarım Kültür Festivali, Ataeymir Belediyesi Kültür Üzüm Festivali, Germencik Kurtuluş Günü İncir Festivali, Geleneksel Altın İncir Festivali, Köşk Kestane

Balıkesir	Burhaniye Uluslar arası Zeytin ve Zeytinyağı Festivali, Edremit Zeytinli Zeytin Şenliği, Edremit Zeytin Festivali, Kültür Sanat ve Süt Festivali
Bartın	Bartın Çilek Kültür ve Turizm Festivali
Batman	Bal ve Ceviz Festivali
Bilecik	Nar Festivali, Nar ve İncir Festivali
Bitlis	Adilcevaz Ceviz Festivali
Bolu	Mengen Aşçılar Festivali (Aşçılık-Turizm Festivali), Beyaz Et Festivali, Seben
Burdur	Elma Festivali, İncir ve Halı Festivali.
Bursa	Ovaakça İncir Festivali, Cumalıkızık Ahududu Şenliği, Zeytin ve Kültür Sanat Festivali, Biber Festivali, Göynük-belen Çilek Festivali, Zeytin Festivali, Gürsu Sanat ve Armut Festivali, Tatlı ve Basketbol Turnuvası
Çankırı	Keşkek Şöleni
Çorum	Bayat Kültür Tanıtım ve Bal Şenlikleri, Geleneksel Oğuzlar Kültür Sanat ve Ceviz Festivali, Osmancık Pırlanta Pirinç Kültür ve Sanat Festivali
Denizli	Kiraz Bayramı ve Yağlı Pehlivan Güreşleri, Leblebi ve Kültür Festivali, Tripolis/ Kültür ve Turfanda Sultaniye Çekirdeksiz Üzüm Festivali, Gözler Belediyesi Kültür Kekik Festivali, Nıkfer Bezi Tarım Ürünleri ve Kültür Festivali, Geleneksel Leblebicilik Festivali, Geleneksel Biber Festivali ve Kültür Şenliği, Kültür Üretim ve Bağpazarı Festivali, Akalan Kavun Karpuz ve Kültür Festivali, Çameli Yaylası Kültür Tarım ve Alabalık Festiva-li, Bekilli Kültür Sanat Şarap Sirke ve Üzüm Festivali, Güney 3 Eylül Kurtuluş Günü Bağcılık ve Kültür Festivali, Kebap Şöleni, Çıvrıl Elma Kültür ve Tarım Festivali, Kültür Sanat ve Üzüm Festivali, Bağ Bozumu Şenliği
Düzce	Akçakoca Uluslar arası Kültür Turizm Fındık Festivali
Elazığ	Gezin Çilek Festivali, Dallıca Patila Şöleni, Keban Su ve Alabalık Festivali,
	Geleneksel Kayısı Erik Kültür Sanat Festivali, Doğa Kültür ve Tulum Peyniri Festivali, Bal Festivali, Kültür Sanat Tulum Peyniri Leblebi ve Bakır Festivali,Üzümlü Kültür Turizm ve Üzüm FestivaliBelediyesi
Erzurum	Bal Elma ve Güreş Festivali
Gaziantep	Fıstık Festivali, İslahiye Üzüm Biber ve Kültür Festivali, Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali.
Giresun	Şebinkarahisar Cevizi Kültür Sanat Şenliği, Ekin Festivali, Bal Festivali
Hatay	Akçalı Yumurta Bayramı
Iğdır	Iğdır Kayısı Festivali
Isparta	Kiraz Festivali ve Yağlı Pehlivan Güreşleri, Sütçüler Dut Pekmezi ve Turizm Festivali, Seyit Veli Baba Sultanı Anma ve Pilav Festivali, Şarkikararağaç Helva Festivali, Büyükkabaca Elma Festivali, Yakaören Köyü Aslanba-ba Aşure Şöleni, Yunus Emre'yi Anma Kültür ve Sanat Etkinlikleri ile Aşure Şöleni, Gümüşgün Tez Mehmet ve Sinan Dede Anma ve Aşure Günü
İzmir	Zeytin ve Deniz Festivali, Beydağ Kurtuluş Şenlikleri ve İncir Festivali, Yöresel Ev Yemekleri Yarışması, Üzüm Festivali, Uluslar arası Mandalina Festivali, Citta Slow Festivali, Urla Bağbozumu Şenlikleri
Kahramanmaraş	Kırmızıbiber, Tarhana ve Dondurma Festivali
Kayseri	Akkışla Gömürgen Yoğurt Festivali, Üzüm Festivali, Yemliha Patlıcan Festivali
Kırklareli	Babaeski Tarım Festivali
Kocaeli	Kiraz Festivali (8-10 Haziran), Geleneksel Ayva Festivali (Ekim), Kartepe Altın Armut Festivali (Ağustos)
Kütahya	Aşure Günü, Geleneksel Gediz Tarhana Festivali, Altın Kiraz Vişne Kültür Sanat Festivali, Gözleme Günü, Altın Koza Kestane Festivali, Şaphane Kiraz Vişne ve Kültür Festivali, Üçbaş Sarımsak ve Kültür Festivali, Şabandede Leblebi ve Bahar Şenliği, Tavşanlı Leblebi ve Kömür Festivali.

Malatya	Yeşilyurt Kiraz Kültür ve Spor Şenliği, Malatya Fuarı ve Uluslar arası Kültür Sanat ve Kayısı Festivali, Arapgir Bağbozumu Şenlikleri, Doğanşehir Elma ve Kültür Şenliği, Akçadağ Belediyesi Bal Armut Kültür ve Sanat
Manisa	Manisa Mesir Festivali, Kırkağaç Çam Mesiri, Çilek ve Kültür Sanat Festivali, Çağlak Festivali ve Zeytin Şenlikleri, Börez Köyü Kiraz Festivali, Uluderbent Kiraz Kültür ve Sanat Festivali, uluderbent Kiraz Kültür ve Sanat Festivali, Pınar Köyü Kiraz Festivali, Adala Şeftali ve Kültür Şenliği, Kavun Karpuz Festivali, Taytan Üzüm ve Kültür Şenliği, Bağbozumu Şenlikleri
Mersin	Mersin Turunçgil Festivali, Geleneksel Batırık Şöleni, Geleneksel Gülnar Buluşması Üzüm ve Elma Festivali
Muğla	Milas Gıda Tarım ve Hayvancılık Fuarı, Yeşil Üzümlü Belediyesi Kuzu Göbeği Festivali, Bademli Pilav Günü, Geleneksel Ortaca Tarım Çevre ve Turizm Festivali, Nif Kiraz Şenliği, Hermias Deniz Şenliği ve Balıkçılık
Nevşehir	Şarap Yarışması, Bağbozumu Festivali
Osmaniye	Turp Festivali, Kiraz Şenliği, Fıstık Festivali
Rize	Rize Çay ve Turizm Festivali, Anzer Bal ve Yayla Şenlikleri, Çayeli Çay Festivali, Tozköy Likapa (Yabanmeresini) Şenliği
Sakarya	Kocaali Turizm Kültür ve Fındık Festivali, Taraklı Geleneksel Hıdırlık Pilavı Şenliği, Sapanca Belediyesi Geleneksel Aşure Günü
Samsun	Karpuz Festivali, Altın Pirinç Festivali
Siirt	Mahalli Yumurta Bayramı
Sinop	Yenicuma Keşkek Festivali ve Hıdrellez Şenliği, Ilıca Köyü Pilav Günü
Tekirdağ	Tekirdağ Kiraz Festivali, Trakya Tarım Fuarı, Şarköy Bağbozumu Şenlikleri
Tokat	Karaçam Düden Yayla Kır Yemeği Etkinliği, Reşadiye Sarıyayla Kültür Sanat ve Keşkek Festivali, Değirmenli Belediyesi Domates Festivali Kültür Etkinliği
Tunceli	Pülümür Bal Festivali, Çemişgezek Dut ve Peynir Festivali, Pertek Dut Festivali
Uşak	Kiraz Kültür Sanat ve Ticaret Fuarı
Yalova	Altınova Sermayecik Köyü Geleneksel Organik Çilek ve Kiraz Şenliği, Şenköy Kızılcık Şenliği, Bal Festivali

Kaynak: Çağrı, I. B. (2012).

1.6 KOCAELİ'NDE TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Kocaeli; Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan yolların kavşağında bulunan Marmara Denizi'nin ve Marmara Bölgesi'nin doğusunda yer alan bir İl'dir. Kuzeyde Karadeniz, doğuda ve güneydoğuda Sakarya, güneyde Bursa batıda Yalova ve İstanbul illeri yer almaktadır. 1'i Büyükşehir Belediyesi ve İzmit, Derince, Körfez, Gebze, Gölcük, Karamürsel, Kandıra, Başiskele, Kartepe, Çayırova, Darıca, Dilovası 12 İlçe Belediyesi olmak üzere toplam 13 Belediyesi bulunmaktadır.

İlkçağlardan itibaren yerleşim için cazibe teşkil eden Kocaeli, 1924 yılında vilayet olmuştur. Türkiye'nin en küçük 6. ili olan Kocaeli'nin yüzölçümü 3,505 km2'dir. 2011 yılı Adrese Dayalı Nüfus Sayımına göre nüfusu 1.601.720 kişidir. 1.499.958 kişi il ve ilçe merkezlerine ikamet ederken 101.762 kişi köylerde yaşamaktadır. Kara, demir, deniz ve hava yolu ulaşımları ile Türkiye'nin önemli geçiş noktalarından biridir.

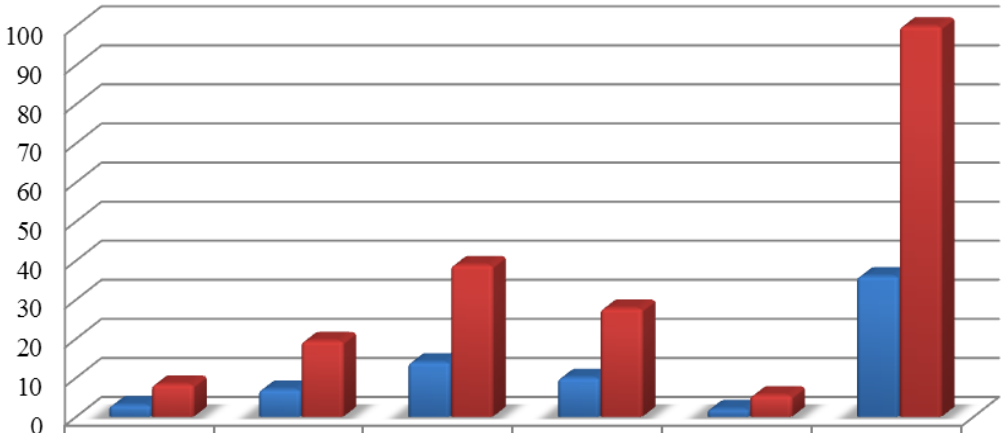
Kocaeli, gerek sanayi sektöründeki üretim ve katma değer, gerekse bu sektörde çalışan insan açısından sadece Türkiye için değil dünya için de ilginç bir örnektir. Bünyesinde barındırdığı 400 adet 1. sınıf ve yaklaşık 7000 adet 2. ve 3. sınıf Gayrı Sıhhi Müessesesi (GSM) ile bir Sanayi Kenti, İki Üniversitesi, TÜBİTAK – Marmara Araştırma Merkezi ve TÜSSİDE – Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü ile bir Bilim Kenti olan Kocaeli, kurulan ve kuruluş çalışmaları devam eden 16 adet OSB' si ve 4 adet teknoparkı ile Ülke Sanayi'nin Başkenti konumunda olup, Teknokent vizyonuna doğru hızla ilerlemektedir. Türk imalat sanayi üretimine yapmış olduğu yaklaşık %13' lük üretim katkısı ile İstanbul'dan sonra gelen en büyük ili konumundadır.

Kocaeli İli, Karadeniz ve Marmara Denizi'ne olan kıyıları, İstanbul Metropolüne olan yakınlığı, tarihi eserleri, müzeleri, Mimar Sinan'ın eseri olan camileri, doğal güzellikleri, plajları, yaylaları, trekking parkurları, Sekaparkı, Kocaeli Fuarı, Uluslararası İnterteks Fuarı, Kartepe kayak merkezi, Yuvacık Barajı, mesire alanları, Sapanca Gölü, Darıca Faruk Yalçın Hayvanlar Alemi ve Botanik Bahçesi, Harikalar Sahili, Alışveriş Merkezleri, kültür merkezleri, Olimpik buz pateni salonu, Gölkayparkı, alternatif turizm çeşitlerine imkan sunan, nitelikli turizm tesisleri, sahillerinde bulunan balık lokantaları, dünyaca tanınan Hereke Halıları, kente özgü pişmaniyesi, Karamürsel sepeti, Kandıra Bezi, Çenesuyu ve bir çok kültür ve turizm değerleri ile ticaret, sanayi, bilim, kültür, turizm ve sanat açısından ayrı bir öneme sahip marka şehirdir (Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014).

İstatistiki bölge sınıflandırmasında TR4 Doğu Marmara Bölgesi içerisinde yer alan Kocaeli'nde 2013 yılı Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 14 turizm yatırım belgeli tesisin yatırıma devam ettiği görülmektedir. Yatırımı devam eden tesislerdeki yatak kapasitesi 2.819'dur. Kocaeli ilinde hali hazırda Turizm İşletme Belgeli olarak faaliyet gösteren 36 tesisteki yatak kapasitesi ise 4.539'dur. Yatırım belgeli tesislerin de devreye girmesiyle Kocaeli'nin yatak kapasitesi 7.358'e yükselmiş olacaktır.

Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü 2014 yılı verilerine göre Kocaeli'nde Turizm İşletme Belgeli 36 konaklama tesisinin dağılımı aşağıdaki grafikte görülmektedir. İlde 2,3 ve 4 yıldızlı tesislerin yoğunluğu göze çarpmaktadır. 3 adet 5 yıldızlı tesis, 2 adet müstakil apart tesis Kocaeli'nde faaliyet göstermektedir.

Grafik 34. Kocaeli'ndeki Turizm İşletme Belgeli Konaklama İşletmeleri

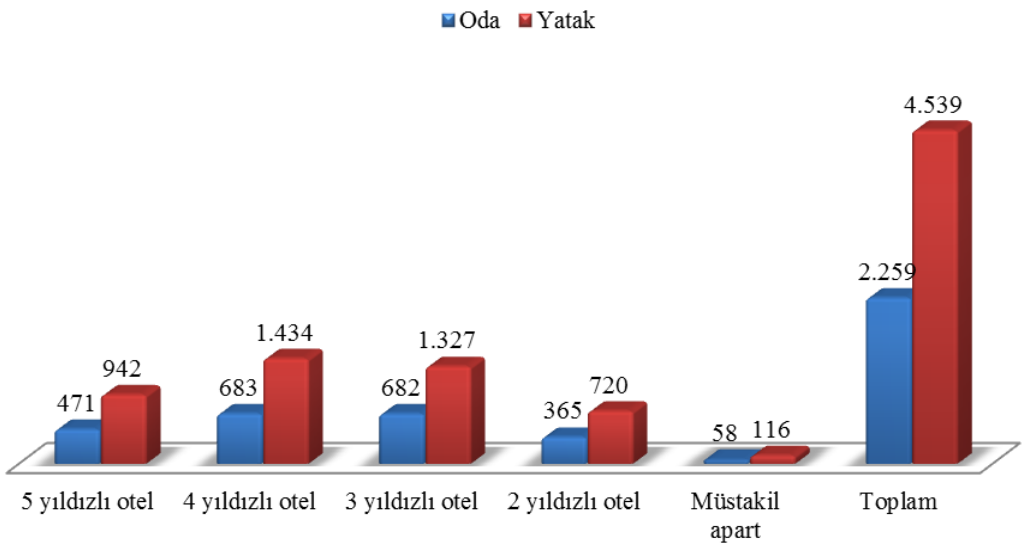


	5 yıldızlı otel	4 yıldızlı otel	3 yıldızlı otel	2 yıldızlı otel	Müstakil apart	Toplam
Sayı	3	7	14	10	2	36
Yüzde	8,3	19,4	38,9	27,8	5,6	100,0

Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Kocaeli'ndeki Turizm İşletme Belgeli 36 işletmenin türlerine göre kapasiteleri aşağıdaki grafikte görülmektedir. Grafikten de görüleceği üzere ildeki yatak kapasitesinin en önemli kısmını 4 ve 3 yıldızlı oteller oluşturmaktadır. 4 yıldızlı oteller, toplam yatak kapasitesinin % 31,6'sını 3 yıldızlı oteller ise %29,2'sini karşılamaktadır. Sonrasında sırasıyla 5 yıldızlı oteller ve 2 yıldızlı oteller gelmektedir.

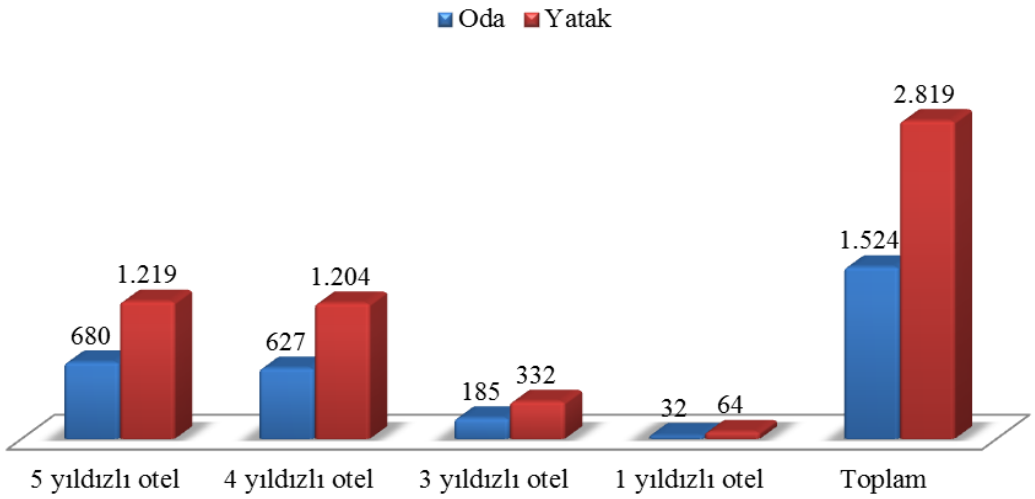
Grafik 35. Turizm İşletme Belgeli Otellerde Kapasite 2014



Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Grafik 36'da turizm yatırım belgeli konaklama tesislerinin kapasite dağılımı görülmektedir. Yatırım belgeli konaklama tesislerinde kapasite bakımından 5 yıldızlı otellerin öne çıktığı görülmektedir. 5 yıldızlı otel yatırımlarının oluşturacağı yatak kapasitesi toplamı 1.219'dur. 4 yıldızlı otel yatırımları ise 1.204 yataklık bir kapasite artışı sağlayacaktır. 3 yıldızlı otel yatırımlarının toplam kapasitesi 332, 1 yıldızlı otel yatırımlarının toplam kapasitesi 64'tür. Yatırımı devam eden işletmelerin oluşturacağı toplam kapasite ise 2.819'dur.

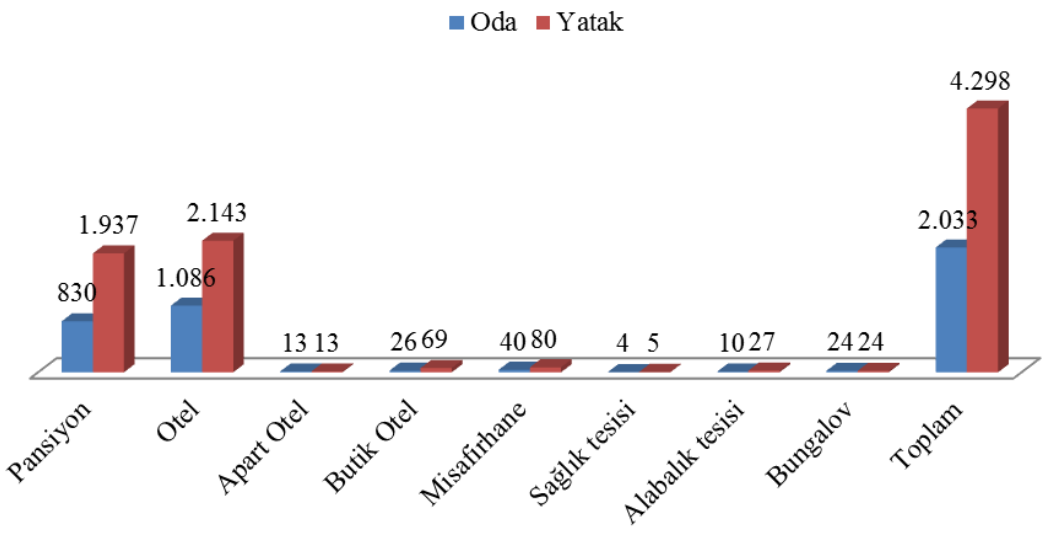
Grafik 36. Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesislerinde Kapasite 2014



Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Belediye Belgeli konaklama tesislerinin dağılımı Grafik 37'de görülmektedir. Kocaeli'nde toplam 4.298 kapasiteli belediye belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu kapasitenin önemli bir kısmı oteller ve pansiyonlar tarafından sağlanmaktadır. Belediye belgeli otellerdeki toplam yatak kapasitesi 2.143, pansiyonlardaki kapasite ise 1.937'dir. Bu iki tesis türü dışında az sayıda da olsa apart ve butik otel, misafirhane, sağlık tesisi ve bungalov gibi tesisler bulunmaktadır.

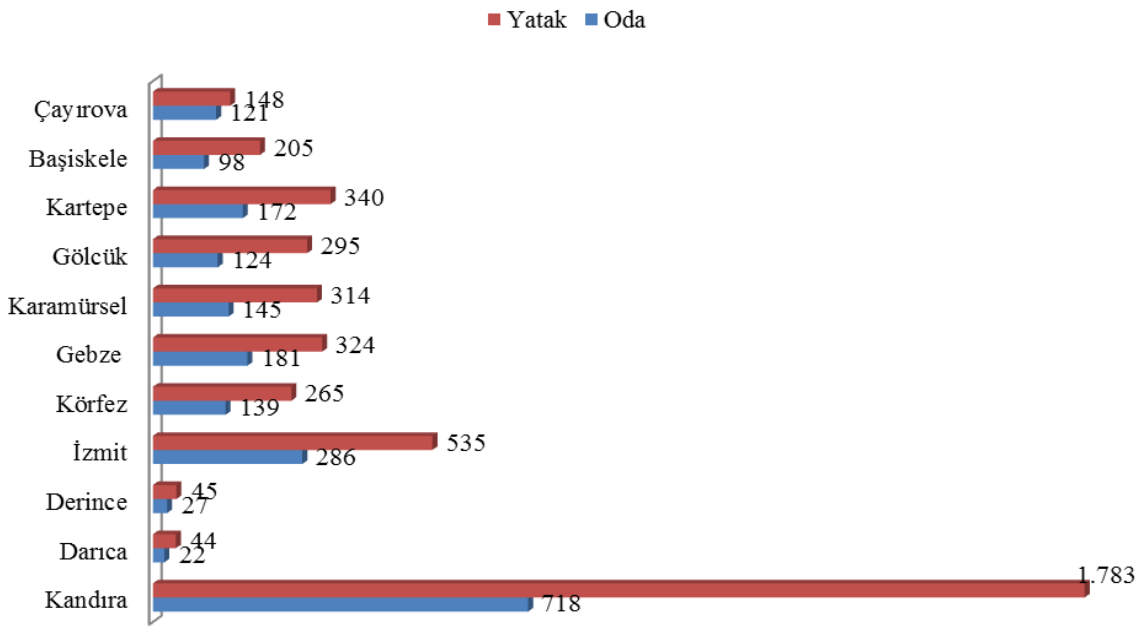
Grafik 37. Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Kapasite 2014



Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Belediye Belgeli konaklama tesislerinin ilçelere göre dağılımına bakıldığında Kandıra İlçesinin açık ara önde olduğu görülmektedir. Kandıra ilçesindeki belediye belgeli konaklama tesislerinin yatak kapasitesi 1.783'tür. Bu rakam belediye belgeli toplam yatak kapasitesinin % 41,5'ine denk gelmektedir. Kandıra'yı sırasıyla İzmit ve Kartepe izlemektedir.

Grafik 38. Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı, 2014

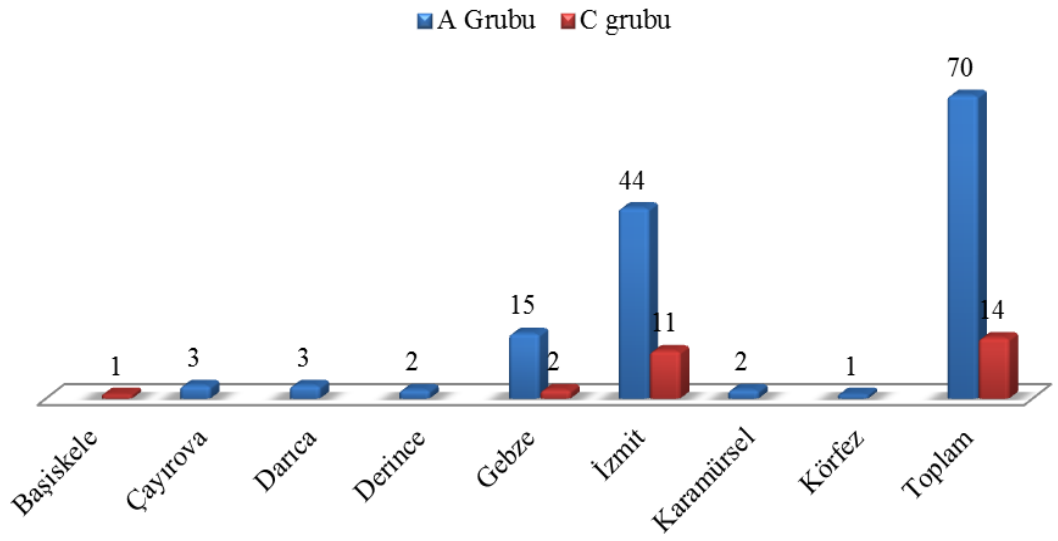


Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre Kocaeli'nde Turizm İşletme Belgeli 5 adet (Lokanta) ve Turizm Yatırım Belgeli de 1 adet yeme-içme tesisi (Lokanta) bulunmaktadır. İşletme belgeli tesislerin toplam kapasitesi 1.585 kişi, yatırım belgeli tesisin kapasitesi ise 150 kişidir. Turizm işletme belgeli tesislerin 1 tanesi Gölcük'te, 3 tanesi İzmit'te 1 tanesi de Gebze'de bulunmaktadır. Yatırım belgeli tesisin yapımına ise Maşukiye'de devam edilmektedir.

Kocaeli'nde toplam 84 adet seyahat acentası bulunmaktadır. Bu acentaların 70 tanesi A Grubu, 14 tanesi ise C Grubu'dur. Acentaların ilçelere dağılımına bakıldığında İzmit'in oldukça önde olduğu görülmektedir. 70 A grubu acentanın 44 tanesini ve 14 C Grubu acentanın 11'i İzmit'te faaliyetlerini sürdürmektedir. İzmit'i 15 A Grubu ve 2 C Grubu acenta ile Gebze takip etmektedir.

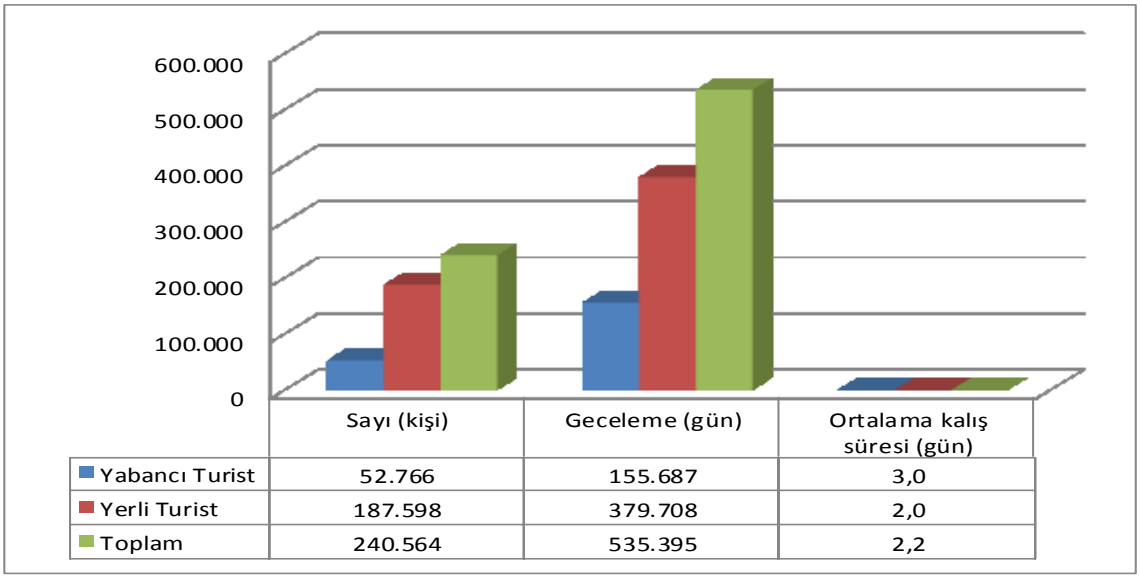
Grafik 39. Kocaeli'ndeki Seyahat Acentaları 2014



Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2014

Kocaeli'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin 2012 yılına ait verileri grafik 40'ta görülmektedir. Grafikten de görüleceği üzere 2012 yılında ilde 52.766 yabancı turist ağırlanmış ve ortalama 3 gece konaklamışlardır. Aynı yıl ağırlanan yerli turist sayısı ise 187.598 kişidir. Yerli turistlerin ildeki konaklama tesislerindeki ortalama kalış süresi ise 2 gün olarak belirlenmiştir.

Grafik 40. Kocaeli'ndeki Turistik Talep



	Sayı (kişi)	Geceleme (gün)	Ortalama kalış süresi (gün)
Yabancı Turist	52.766	155.687	3,0
Yerli Turist	187.598	379.708	2,0
Toplam	240.564	535.395	2,2

Kaynak: Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2012

Kocaeli'ndeki Müze ve Ören Yerleri

Müzeler

* Kocaeli Arkeoloji ve Etnoğrafya Müzesi
* Kasr-ı Hümayun Saray Müze
* Osman Hamdi Bey Evi ve Müzesi-Eskihisar-Gebze
* TCG Gayret Gemisi Müzesi
* TCG Hızır Reis Müzesi İzmit
* Gölcük Belediyesi Yarhisar Müze Gemisi-Kavaklı Gölcük
* İzmit Elektronik Kent Müzesi-İzmit

Örenyerleri

* Gültepe Nekropol Sahası
* Üçtepeler Büyük Tümülüsü
* Fatih Sultan Mehmet'in Otağı
* Saat Kulesi

Kocaeli'nde yapılabilen turizm aktiviteleri [1]

Kara Sporları: Başdeğirmen Treking sahası: Karamürsel ilçesi, Karapınar Köyü'ne bağlıdır. Bölgeye Karamürsel Jandarma Komutanlığı'nın karşısından çıkan Karapınar yolu takip edildiğinde 8 km sonra ulaşılmaktadır. Her km başında bulunan Alabalık levhası Başdeğirmen Mesire Alanı yeşillikler içinde anıtsal çınarların çevrelediği dereler boyunca devam eden sırtlarda doyumsuz manzaralı trekking sahalarına sahiptir. Binicilik sporu yapmak isteyen herkese imkan sağlamak ve bu alanda hizmet vermek amacıyla kurulan Kocaeli Atlı spor Kulübü, ülkemizde binicilik sporunun gelişmesine katkıda bulunarak, genç yaşlardan başlamak üzere binici ve at yetiştirmektedir.

Fuar alanında yer alan kulüp, 1992 yılında İzmit Büyükşehir Belediyesi'nin katkılarıyla kurulmuştur. Kulüp üyesi binicilerin yanı sıra üye olmayan kişiler de kulübün tüm imkanlarından yararlanabilmektedir.

Su Sporları (Sualtı Dalışları, Su Kayağı, Parasailing, Olta Balıkçılığı, Yatçılık): Su altı dalış; Kandıra, Kerpe, Kumcağız, Kefken ve Seyrek bölgeleri sualtı dalışların yapılabileceği bölgelerdendir. Sportif olta balıkçılığı ; Sapanca Gölü ile birlikte Kartepe üzerindeki küçük

[1] Kocaeli Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, http://www.kocaelikulturturizm.gov.tr/TR,69207/turizm-aktiviteleri.html, Erişim Tarihi:31.08.2014

göller ve Kandıra sahilleri sportif olta balıkçılığının yapılabileceği yerler arasındadır.Yelken ; İzmit körfezi yelken sporları için elverişli bir konuma sahiptir. Buz Pateni ; Derince'de bulunan olimpik donanıma sahip buz pateni tesisleri Türkiye'de gerçekleşen yurtiçi yarışmalara ev sahipliği yapmaktadır.

Dağcılık: Ekipmanlı ve ekipmansız tırmanışlara olanak sağlayan rotalara sahip Ballıkayalar'da deneyimli rehberler eşliğinde tırmanış eğitimleri verilmektedir. Ballıkayalar dik eğimli rotalara tırmanan dağcılarla özdeşleşmiştir.

Sağlık Turizmi: Yeniköy Yazlık Ilıcası : İzmit'in Gölcük yolu üzerinden 15 km güneyde Yeniköy sınırları içerisinde bulunan Yazlık Ilıcası denize 3 km. mesafededir. Bizans dönemine ait Ayazma'nın içinden çıkan su kükürtlü ve kalevi oligometalik sular grubuna girer. Cilt hastalıklarına iyi gelen sudan 1 m. derinliğindeki, 40 derecelik havuzda yıkanılarak yararlanılmaktadır. Ilıcanın restorasyon ve çevre düzenlemesine ilişkin çalışmalar sürdürülmektedir.
Maşukiye Şifalı Suyu :Kartepe eteklerindeki Maşukiye yakınlarındaki bu sular Fundalıklar arasından çıkmaktadır. Suyun bulunduğu yöre denizden 50 m yüksekliktedir. İki kaynak durumunda olan sular saniyede 0,5 lt çıkmakta olup sıcaklıkları 20 derecedir. Cilt ve mide hastalıklarına iyi gelmektedir.

Soğuksu Şifalı Suyu : Merkeze bağlı Bahçecik beldesinde bulunan Soğuksu Şifalı Suyu, bölgeye ismini vermiş olup, mide rahatsızlıklarına iyi geldiği bilinmektedir.

Deniz Turizmi: Kandıra"ya 10 km., İzmit"e 50 km., uzaklıktaki Kerpe, masmavi denizi, çam ormanları ile şirin bir Karadeniz köyüdür. Karadeniz"in hırçın dalgalarının etkilemediği Kerpe, doğal koylara, 150 m'ye kadar sığ bir denize ve eşsiz kumsallara sahiptir. Zengin balık çeşidi, tertemiz çam havası ve doğal plajlarıyla Kerpe adeta bir tutku beldesidir. Kandıra'ya 20 km. uzaklıktaki Kefken, kıyı yerleşimleri içinde en gelişmiş olanıdır. Denizi, kumsalların ve çam ormanlarıyla Kerpe gibi vazgeçilemeyecek özelliklere sahiptir. Kandıra'ya 27 km. uzaklıktaki Cebeci, temiz denizi, kumsali ve çam ormanları ile bir tatil cennetidir. Sarısu (Kandıra'ya 8 km. uzaklıkta), Bayramoğlu (Gebze'ye bağlı) ve Eskihisar (Gebze'ye 6 km. uzaklıkta) kentin diğer plajlarını oluşturmaktadır.

Kış Turizmi: Kartepe, dört mekanik kayak tesisi, 42 kilometrelik pist alanı ve 14 pistiyle, kayağın yeni cazibe merkezi olacağını müjdeliyor. Kayağa yeni başlayanları kolay pistler beklerken; usta kayakçılar, dik tepelerde yüksek dozda adrenalin salgılayacaklar. Özel 'baby lift' alanı da çocuklara ve çocuk kalmak isteyenlere ayrılmıştır.

Kongre Turizmi: İlde çeşitli ulusal ve uluslararası kongrelere ev sahipliği yapabilecek büyük bir potansiyel mevcuttur. 5 yıldızlı oteli, Sabancı Kültür Sitesi, Süleyman Demirel Kültür Merkezi ilde kongre turizmi amacıyla kullanılabilecek başlıca tesislerdir. İlin coğrafi konumu da bunu desteklemektedir

Yayla Turizmi: Çam, kayın, ıhlamur ağaçları ve rengârenk çiçeklerle çevrilmiş yoldan Kuzu Yaylası'na gelindiğinde, temiz havanın, panoramik manzaranın ve vahşi doğanın birbiriyle kaynaştığı görülür. Deniz manzaralarına sahip birkaç dağdan biri olup, ayrı bir güzellik taşıyan Keltepe, yaz ve kış faydalanılabilecek bir özelliğe sahiptir. Keltepe Ormanları ve Kuzu Yaylası, günübirlik turizme hizmet vermekte düzenleme çalışmaları halen sürdürülmektedir. Ayrıca Türkiye'nin en nefis alabalık cinsi Keltepe üzerindeki küçük göllerde bulunmaktadır.

Dağ ve Doğa Yürüyüşü: Kocaeli merkez ilçe sınırlarında yer alan Beşkayalar Tabiat Parkı, Darıca-Bayramoğlu Kuş Cenneti ve Temalı Parkı, dağ turizmi açısından çok elverişli bir konumda olan Kartepe (1606 m.) vahşi doğa, temiz hava, panoramik manzarasıyla Kuzu Yayla, Gebze'ye bağlı Tavşanlı köyündeki kireç taşlarının erimesi sonucu gelişen özgün jeomorfolojik şekilleri ile Ballıkayalar Vadisi, Sapanca gölü ve Karamürsel ilçesi Karapınar köyüne bağlı Başdeğirmen Mesire Alanı Kocaeli ilinde dağ ve doğa yürüyüşleri yapmaya elverişli yerlerdir.

Sualtı Dalış Turizmi: Kocaeli ili Kandıra ilçesi Karadeniz kıyısı boyunca su altı dalışı yapılabilecek yerler mevcuttur. Üniversite Spor Kulübü ve Kocaeli Sualtı Sporları Kulübü'nün deniz çalışmaları, Kandıra Kerpe, Kumcağız, Kefken ve Seyrek plajında sürdürülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kocaeli Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından da onaylanan Kerpe'deki projede, mevcut tarihi limanın bir bölümü orijinal halinde bırakılacak, bir bölümü de restore edilecek. Restorasyonda limanın mevcut taşları ve yöresel malzeme kullanılacak. Limanın bulunduğu alanın da turizme kazandırılması da düşünülüyor. Restorasyon sonrası Ceneviz dönemini yansıtan 2 küçük Ceneviz Gemisi yapılacak. Bu gemilerden biri denize batırılarak dalış turizmine hizmet verirken diğer gemi su üstünde turistik gezi amaçlı kullanılacak. Bölgedeki Osmanlı dönemine ait 2 büyük top ve imitasyon anforalar da yine dalgıçlar için bölgeye yerleştirilecek. Limanın yanında dalış kulüpleri için dalış evi de oluşturulacak. Osmanlı Devleti'nin ticarette kullandığı liman, Karadeniz ve bölge ticaretinde önemli yer tutuyordu.

Kuş Gözetleme: Sapanca Gölü: Türkiye'nin önemli kuş alanları arasında yer alan Sapanca Gölü, bütünüyle tarım alanları, meyve bahçeleri ve büyük kavaklıklarla çevrilmiştir. Kıyılarda

küçük sazlık alanlar mevcuttur. 1995 ve 1996 sayımlarında önemli sayıda su kuşu tespit edilmiştir. Burada önemli türler arasında Macar ördeği, elmabaş patka, sakarmeke bulunmaktadır. Sapanca Gölü dışında kuş türleri açısından önemli bir park haline gelmiş olan Darıca-Bayramoğlu Kuş Cenneti ve Temalı Parkı'nda da kuş gözetleme olanağı vardır. İstanbul'a 38 km. mesafede bulunan Darıca Kuş Cenneti ve Temalı Parkı, kuş türleri açısından dünyada benzeri olmayan bir park haline gelmiştir. Hayvanat bahçesinde 350 çeşit hayvan ve 250 nin üzerinde bitki çeşidi, tropik merkez akvaryum, botanik bahçeleri ile çocuk oyun alanları restoranlar ile bir bütün oluşturmaktadır. Kuş Cenneti eğitim, gezi ve günübirlik dinlenme amaçlı bir tesistir.

Bitki İnceleme: Beşkayalar Tabiat Parkı, Ballıkayalar Vadisi, Kartepe-Kuzuyayla, Sapanca Gölü kuzey kıyı kısmı zengin florası ile bitki inceleme olanağı sunan alanlardır.

2. LİTERATÜR TARAMASI VE KANDIRA TURİZM ENVANTERİ

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra Turizmi daha önce yapılmış araştırmalar, yatırımlar, yasal çerçeve, arz ve talep yönlü olarak analiz edilecek ve Kandıra Turizmi ile ilgili olarak Kandıra Turizmi ile ilgili paydaşlarla birlikte belirlenen SWOT (Güçlü-Zayıf Yönler, Fırsatlar-Tehditler) Analizine yer verilecektir.

Harita 4. Kandıra Haritası

2.1 KANDIRA'NIN TARİHİ

Maviyle yeşilin, güneşle kumun kucaklaştığı Karadeniz'in küçük şirin ilçesi Kandıra; Rıfat Yüce'nin 1945 yılında yazdığı Kocaeli Tarihi ve Rehberi adlı kitapta ve bazı kaynaklarda milattan önce 3000'li yıllarda Sit'lerin, As'ların ve Amazon'ların burada yaşadıkları efsanesinden bahsedilmekteyse de, Kandıra, Romalılar, Yunanlılar, Bizanslılar ve Osmanlılarla günümüze kadar ulaşır. M.Ö. 7.yy.'da yöre halkının, 1200'lü yıllarda Ege göç kavimleriyle gelen Mis'ler ve Bebrik'lerden oluştuğu ve yine aynı dönemde Megaralı'larında burada yerleştiğinden bahsedilmektedir (Kandıra Kaymakamlığı, 2014).

Bizanslılar döneminde kente, "KENTRİ" denilmekteydi. Kentri; santral anlamında kullanılmıştır. O dönemde Bizanslılar Üsküdar kazası ile Tarsus arasında kurulan geceye özgü haberleşme hattının, merkezi santralin bulunduğu yer anlamındadır. Bu yer Bizanslılar döneminde ticaret merkezi olarak gelişmiş, limanı da bu günkü Seyrek Koyu'nda kurulmuştur. Halen Seyrek Koyu'nda bir kale kalıntısı mevcuttur. Romalılar döneminde ithalat ve ihracat merkezi olan, şimdi ise sular altında kalan (Sirek) Seyrek İskelesi'ni korumak amacıyla kalenin yapıldığı bilinmektedir. Bu kalenin üç tarafı denizle çevrilidir. İki metre genişliğinde dar bir yolla karaya bağlantısı vardır. Kalenin yanında kireç, taş ve tuğladan yapılmış bir hamam ve kalenin yolu üzerinde Bizans Prenslerine ait lahit bulunmaktadır. Günümüzde yıkıntı halde bulunan kalenin taş ve toprakları ile örtülmüştür. Seyrek İskelesi ile Kandıra, Çal köy ve civarında, Bollu ve Safalı divanları arasında birçok ören yeri bulunduğu ve ormanların bunları örttüğü sanılmaktadır.

Kerpe, Bitinya Krallığı'nın ardından Roma, Bizans ve Ceneviz gemilerinin uğrağı haline gelmiştir. Osmanlı döneminde İstanbul'un ihtiyaçlarından odun kömürü, tomruk ve tahtanın bir kısmı da Kerpe'den nakliye edilmiştir. Yapılan kazılarda bulunan ve halen İzmit Müzesinde sergilenmekte olan Kandıra ve Yöresinde çıkarılmış bir takım eserler mevcuttur. Bunlardan birisi de Salmanlı Muharremler köyünde bulunan üzerinde öküz başı ve üzüm salkımı olan lahit parçasıdır.

M.S. 3. yüzyıl Roma devrine ait Kumköy'den çıkarılan insan heykelinin o dönemde havuz süsü olarak kullanıldığı sanılmaktadır. Mevsimleri ifade eden bu heykellerden; elinde mısır koçanı tutan kadın heykel sonbaharı, elinde av köpeği tutan başı örtülü kadın heykeli de kışı temsil etmektedir. Bunlardan ilkbaharı temsil eden heykel halen bulunamamıştır.

Kandıra, Orhan Bey zamanında 1308-1317 tarihleri arasında **"Kocaeli Fatihi"** adıyla anılan Akçakoca Bey tarafından Osmanlı topraklarına katıldı. **Akçakoca Bey;** (Ö.1328 Kandıra) birçok fetihlerde bulunmuş, Osmanlı Akıncı Beyidir. Aşiret beylerinden olduğu sanılmaktadır. Akçakoca Bey, Osman Bey'in yakın arkadaşı ve komutanlarındandı. Orhan Bey'e şehzadeliğinde, lalalık yaptı. 1300-1310 arasında, Karasu'dan Karadeniz Ereğlisi'ne kadar uzanan kıyı bölgesinde fetihler yaptı. Bu sırada Orhan Bey'de, O'nun yanında savaş deneyimi kazanıyordu. Akçakoca Bey 1320 de İzmit ve çevresini fethetmek için akınlar düzenledi. Sapanca Gölü kıyılarındaki küçük kaleleri aldı. Burada üslenerek Kandıra'ya akın yaptı. Konur Alp'le birlikte Aydos ve Samandıra kalelerini Bizanslılar'dan alarak kendi askerlerini yerleştirdi. İzmit'e yönelik akınlarını sürdürürken, Kandıra yakınlarındaki Babatepe'de öldü.

Daha sonra onun anısına İzmit sancağına Koca-ili (Kocaeli) adı verildi. 1550'den itibaren bozulmaya başlayan ekonomik durum İzmit'i de etkilemeye başladı. Bunun üzerine hazinenin gelirlerini arttırmak için devlet bazı önlemler almaya mecbur oldu. Bunlardan biride "Arazi Tahrirleri" ni yenilemekti. Bunun üzerine pek çok kişi toprağını bırakarak soygunculuğa başladı. 1565'te Bursa sancak beylerinden Abdurrahman Bey eşkıyayı yakalayarak cezalandırmak üzere görevlendirildi. Bu yıllarda Suhte (Medrese öğrencisi) Ayaklanmaları patlak verdi. İzmit'e büyük zararlar verdi. Özellikle Kandıra sık sık Suhte'lerin saldırısına uğruyordu. 1571 yılında Suhte olaylarından, halkın yakınması üzerine İstanbul'dan Ulufeciler Ağası Ramazan Bey, 100 askerle kasabanın yardımına gönderildiyse de, olaylar yatıştırılamadı. 1573'te doruk noktasına ulaşan Suhte olayları 1592'de İstanbul'da başlayan veba salgınının, İzmit'te de sıçraması zaten yaşanmaz hale gelen hayatı felce uğrattı.

1868 yılından önce Kandıra, Üsküdar kazasına bağlı bir nahiyeydi. Kaza olunca Bağımsız İzmit Sancağı'na bağlandı. Coğrafi durumu, İstanbul, İzmit ve Karadeniz'e yakınlığı sebebiyle Kandıra İstiklal Savaşımız sırasında oldukça yoğun faaliyetlerin meydana geldiği bir yer olmuştur. İstanbul'dan, Milli Mücadele için kaçarak Ankara'ya gitmek isteyen bir kısım vatansever şahsiyetler, İstanbul-Şile istikametinden dağlık kesimden Kandıra'ya gelmişler, ve sonra Geyve Boğazı yolundan Ankara'ya ulaşmışlardır. Bunların arasında,

Atatürk'ün silah arkadaşı ve Eski Harbiye Nazırı Fevzi Çakmak Paşa'da vardı[2]. Kandıra Kurtuluş Savaşı esnasında sırasıyla muhtelif işgal ve tecavüzlere maruz kalmıştır. 1918'de İngilizlerin, 1920'li yıllarda Yunanlıların işgalini yaşadı. Bir dizi Rum, Ermeni, Abaza, Çerkez çetelerin saldırı ve tecavüzleri ile yağmalar gördü. Bütün bunlara rağmen Kandıra halkı ve köyleri başlangıçtan itibaren Kuva-i Milliye'yi ve Mustafa Kemal'in önderliğinde Kurtuluş Savaşı'nı desteklediler. Dışarıdan hiçbir etkiye gerek kalmadan Kandıra halkı ve bilhassa köyleri kendiliğinden harekete geçerek silahlanmışlardır. Kendilerine birer lider seçerek köy ve nahiye olarak milis kuvvetleri kurup mücadeleye başlamışlardır. Bunların bazıları; Kandıra Kazası Şeyhler Nahiyesi'nden "Halit Molla", Akçaova Nahiyesi'nin Tokaçlar Köyünden "Ahmet Reisoğlu", "Molla Rıfat", Kaymas Nahiyesi'nden "Halit Pehlivan", "Dayı Mesut" çetesi, Kandıra ve Karasu Bölgesinden "İpsiz Recep" çetesi, "Küçük Aslan" çetesi ve "Yahya Kaptan" çeteleri bunların önde gelenlerindendir.

Batılı devletlerle görüşmeler yapmak üzere Avrupa'ya gitmekte olan Ankara Hükümeti'nin Dışişleri Bakan Yusuf Kemal (Tengirşek) Bey'e Kandıra Halkı adına yollanan 14 Şubat 1922 tarihli telgraf metni şöyledir;

Kandıra 14.02.338/1922

İzmit'de Hariciye Vekili Devletlü Kemal Beyefendi Hazretlerine;

Mukaddes vatan ve milletimizin hukuku meşruasını müdafaa eylemek üzere Avrupa'ya seyahatiniz hasebiyle İzmit'i teşrif buyurdukları haber-i meserretini irsini istibşar (haber almak) eyledik. Bu uğurdaki Seyahatı lilerinin vatan ve milletin hayatını idame edecek muvaffakiyet ile intacını cenabı haktan temenni eder ve bu vesile ile Büyük Millet Meclisinin prensipleri dairesinde Misak-ı Millinin husulune kadar ahdipeymanımızdan hiçbir vakit inhiraf etmiyeceğimizi ve Tarihi Alemi şanlı ve medeni vekayıiyle tezyin etmiş olan Türk unsurunun kudret-i cengaveranesini beşeriyetin yüz karasından başka bir şey olmayan hain Yunanlılara göstermeğe ve bu uğurda ölümü istihkar edercesine çalışarak kanımızın son damlasını akıtmağa kemali hahişle azim ve kast eylemiş olduğumuzu umum kaza namına araz cesaret eyleriz olbabda.

İmzalar :

Müdafaai Hukuk ve Belediye Reisi Ahmet, Müftü Ali Rıza, eşraftan Semerci Mehmet, eşraftan Tevfik, eşraftan Esat, eşraftan Hasanağazade Nazif, Hacı Mehmet, Mehmet Münir, Ruhi, manufaturacı Mehmet Tevfik, semerci Mehmet Tevfik, Eşref.

[2] Yunus Nadi, "Ankara'nın ilk Günleri", Atatürk Kütüphanesi- 4, Sel Yayınları, 1955, İstanbul.

Ayrıca Milli Mücadele yıllarında önemli görevler üstlenen Kuva-ı Milliyeci'lerden Kandıra ve Karasu yörelerinde direnişi yöneten **Recep Reis (İpsiz Recep)** ipe uzanmış boynunu hiç bükmeyen ve asla baş eğmeyen, başkaları için yaşayıp, ülke istiklalini kendi istiklalinden önde tutan eski zaman beyi "Abdullah Emiroğlu" sülalesinden gözü kara bir Rize'lidir. 1862 yılında Rize'nin Portakallık Mahallesi'nde doğan Recep Reis Rize ile Rusya arasında tuz kaçakçılığı yaparken 1917 ihtilali sırasında Ruslar'a esir düşüp Sibirya'daki esir kamplarında ve Rus cezaevinde uzun süre kalmıştır. Azerbaycan'lı bir gardiyan yardımıyla kaçıp Batum'a gelen İpsiz Recep burada kaçırdığı erzak yüklü bir motorla Kefken Adası'na geldiği sırada motoru alabora olup batmıştır. Motoru batıp parasız kalan Recep Reis, Kandıra ve Karasu havalesinde eşkıyalığa başlamış o bölgede suç işleyen hemşerileri de kendisine katılmıştır.

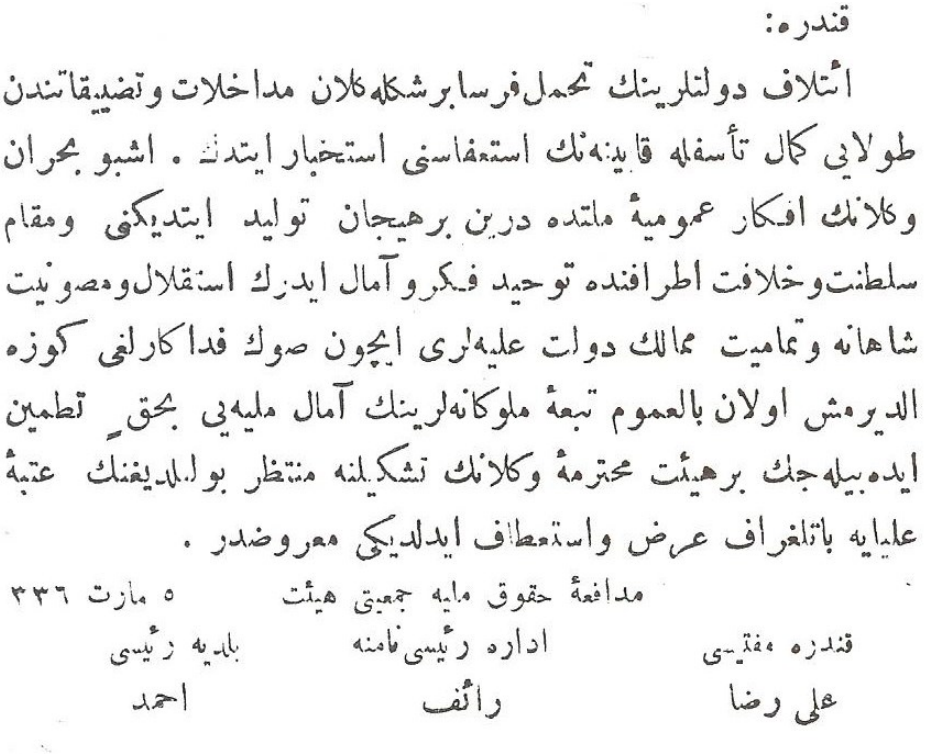
Recep Reis 1. Dünya Savaşı zamanında yaptığı korsanlık ve eşkıyalıklardan dolayı ün yapmış ve ölüm cezasına çarptırılmıştır. Kaymakam Atıf Bey ve Doktor Yüzbaşı Raif Bey tarafından Milli Mücadele'ye katılması için ikna edilmiştir. Milli Mücadelenin ilk günlerinde **Recep Reis** Kefken'e komutan olarak atandı. İstanbul'dan deniz yolu ile Anadolu'ya geçebilmek, Recep Reis ve adamları sayesinde olabiliyordu. Takalarla silah ve cephane kaçırılması yine onun bilgisi dahilinde oluyordu. Recep Reis, Milli Mücadele yıllarında havalesindeki Rum ve Ermeni çetelerini sindirmiş, Yunan işgali günlerinde bölgesindeki Türk halkını bunların tecavüzünden korumuş ve İngiliz müfrezelerine büyük kayıplar verdirmiştir. Yunanlılara ani baskınlar düzenleyip, üs olarak kullandığı, Kefken Adası'na kaçıyordu. Milli Mücadele'deki hizmetlerinden dolayı Yüzbaşı Rütbesi ve 23 Eylül 1929 tarih ve 15675 sayılı istiklal madalyasıyla onurlandırılmış ve Karasu Yeni Mahalledeki evinde vefat etmiştir. 1957 yılına kadar Sakarya Nehri kıyısında taşsız bir mezarda yatan Recep Reis'e daha sonra hizmetlerine yaraşır bir mezar yapılmıştır.

Bir diğeri "**Halit Molla**", **Şeyhler** Nahiyesi gençlerinden beş altıyüz kişilik bir kuvvetin başına geçerek her ferdin kendi silahını temin etmesini, edemeyenlerin de halkın yardımıyla silahlandırılarak kendi grubunu cephane ve silahla donatmış. Sifler ve Fındıklı köyleri civarında 100 kişilik Rum ve Ermeni çetelerini tamamen imha ettiği gibi Yunan taburuna da önemli zaiyatlar verdirmiştir. Bir diğeri **Kaymaz** Nahiyesi'nden "**Halit Pehlivan**" bir taraftan arkadaşlarıyla birlikte Rum, Ermeni, Abaza çeteleriyle mücadele etmiş, bir taraftan da kendi silah arkadaşlarının cephane ve silahlarını temin etmeye çalışmış ve önemli görevler yapmıştır. **Akçaova** nahiyesinden "**Rıfat Molla**" 50 kişilik bir kuvvet kurarak önce kendi nahiye çevresindeki Rum çetelerini temizlemiş, İstanbul yolunu açmak için halkı soyarak

gelmekte olan 300 atlı Çerkez ve Abaza çetelerine karşı, Rıza Bey ve gurubuna yardım ederek bu çetelerin başarılı olmasına imkan vermemiştir.

Kandıra Haziran 1921 sonuna kadar Yunanlıların işgali altında kalmıştır. Kandıra halkının direnişi ve oyunlarının bozulduğunu gören düşman kuvvetleri çekilmek zorunda kalmış ve Kandıra Temmuz 1921 sonunda kesin olarak Türk birliklerinin denetimine geçmiştir.

Heyet-i Temsiliye Çağrısı:



قندره:

ائتلاف دولتلرينك تحمل‌فرسا برشكله كلان مداخلات وتضييقاتندن طولايي كمال تأسفله قابينه‌نك استعفاسني استخبار ايتدك . اشبو بحران وكلانك افكار عموميهٔ ملتده درين برهيجان توليد ايتديكني ومقام سلطنت وخلافت اطرافنده توحيد فكر وآمال ايدرك استقلال ومصونيت شاهانه وتماميت ممالك دولت عليه‌لري ايچون صوك فداكارلغي كوزه الديرمش اولان بالعموم تبعهٔ ملوكانه‌لرينك آمال مليه‌يي بحق تطمين ايده‌بيله‌جك برهيئت محترمهٔ وكلانك تشكيلنه منتظر بولندقلرينك عتبهٔ عليايه باتلغراف عرض واستعطاف ايدلديكي معروضدر .

مدافعهٔ حقوق مليه جمعيتي هيئت ٥ مارت ٣٣٦

قندره مفتيسي — اداره رئيسي نامنه — بلديه رئيسي

علي رضا — رائف — احمد

Kandıra:

İtilâf Devletleri'nin tahammül fersa (tahammülü aşan) bir şekle gelen müdâhelât ve tazyîkâtından (müdahale ve baskılarından) dolayı kemâl-i teesüfle (son derece üzüntüyle) kabinenin istifasını istihbâr ettik (haber aldık). İşbu buhran-ı vükelânın (vekiller arasında çıkan karışıklığın) efkâr-ı umumiye-i millette (bütün milletin fikirlerinde) derin bir heyecan tevlid ettiğini (doğurduğunu) ve makâm-ı saltanat ve hilafet etrafında tevhid-i fikir ve âmâl (fikir ve istek birliği) ederek istiklâl (hürriyet) ve masuniyet-i şahane ve temamiyet-i memalik-i devlet aliyyeleri (büyük devletin topraklarının tümünü korumak) için son fedakarlığı göze aldırmış olan bi'l-umum teb'a-i mülûkârelerinin (tüm Osmanlı teb'ası) âmâl-ı milliyeyi (milli emellerini) bi hakkın (hakkıyla) tatmin edebilecek bir heyet-i muhtereme-i vükelânın teşkiline muntazır bulunduğunun atabe-i ulyâya bi't-telgraf arz ve isti'taf edildiği ma'ruzdur. 5 Mart 336 (1922). (Belge; Atatürk Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Enver KONUKÇU'dan alınmıştır).

Kandıra Müftisi	Mudâfâ-i Hukuk-u Milliye	Belediye Reisi
Ali Rıza	Cemiyeti Heyet-i İdâre	Ahmet
	Reisi Namına Râif	

Çeviren : Elif KIRGÖZ - Yılmaz KIRGÖZ

2.2 KANDIRA'NIN YERLEŞİMİ VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

Kandıra İlçesi, Marmara Bölgesi'nde Kocaeli İline bağlı Karadeniz'de 52 km. uzunluğunda kıyısı olan tek ilçe olup, yüzölçümü 933 km² dir. Doğusunda Sakarya (Adapazarı) İli, batısında İstanbul ili, kuzeyinde Karadeniz, Güneyinde ise İzmit(Kocaeli) merkez ilçesi bulunmaktadır. Kandıra'ya karayolu ile üç ayrı yönden ulaşmak mümkündür. İstanbul-Ankara arasında TEM otoyolu Kandıra sapağından ayrılarak 35 km. sonra Kandıra'ya ulaşılır. Adapazarı'na 45 km. mesafede Kaynarca ve Kaymas üzerinden bir diğer yolla bağlantısı vardır. İstanbul İli, Şile İlçesi ve Ağva ilçesini takip eden bir yol ile de Kandıra'ya ulaşmak mümkündür. Ağva-Kandıra arası 38 km.'dir.

Kandıra ilçesinin arazisi küçük tepelerle kaplıdır. İlçe merkezinin deniz seviyesinden yüksekliği 75 metredir. İlçede; Babadağ'ı (400 m.), Çaltepesi (350 m.) gibi bölgeye göre yüksek sayılabilecek tepeler bulunmaktadır. Kandıra'nın Karadeniz'e dökülen 3 önemli deresi bulunmaktadır. Sarısu Deresi 25 km., Seyrek Deresi 11 km., Kumcağız Deresi 7 km. uzunluğundadır ve debileri düzensizdir.

İlçenin iklimi Batı Karadeniz ve Marmara bölgeleri ikliminin tesiri altındadır. İstikrarlı bir iklimi olmamakla beraber geçit iklimi özelliğini taşır. Yazın yağışlar genellikle düzensizdir. Kuzeyden gelen sert rüzgarları, kıyı boyunca uzanan sıradağlar engeller. Kış mevsimi genellikle fazla sert geçmez, yağışlar genellikle yağmur şeklinde olup, kar yağışı az olmaktadır. Kandıra önceleri avcılık açısından oldukça zengin bir bölgeydi, fakat ormanların azalması, kullanılan zirai ilaçların zararları ve bilinçsiz avlanmalar neticesinde av hayvanları tür olarak azalmıştır.

Balıkçılık Kefken ve Bağırganlı halkının en büyük geçim kaynaklarından biridir. Bunların dışında Kerpe, Seyrek ve diğer koylarda küçük teknelerle balık avlanmaktadır. Bu bölgede istavrit, tekir, levrek, mezgit, kefal, sazan, kalkan ve palamut gibi değişik balık türleri bolca bulunmaktadır. İlçe yeşillik ve orman bakımından adeta cennet gibidir. Kıyı şeridi boyunca uzanan ormanlar önemli bir alanı kaplar. Orman teşkilatı tarafından hızlı gelişen çam türleri yetiştirilmiştir. Doğal olarak gelişen türler; meşe, gürgen, ıhlamur, kestane ve kızılcıktır. Pınarlı Köyü'nde doğal göl, Karaağaç ve Kaynarca İlçesinin Arifağa Köyleri arasında Kamış Gölü, Ütük'te bir Gölet, ayrıca Ahmethacılar ile Kaymazerikli Köyleri arasında Toramanlar Göleti ve Seyitaliler ile Sarıcaali köyleri arasında sulama amaçlı kullanılan Arıklar Göleti vardır.

2.3 KANDIRA'DA TURİZM

Deniz, kum, orman ve güneş; işte Kandıra'nın en güzel, en özlü tanımı, bu dört özelliği sınırları içinde saklayan Kandıra, her yörenin kıskanacağı bir yerleşim yeridir. Adeta usta bir örücünün elinden çıkmış kusursuz bir dantel gibi olan kıyıları, her adımınızda size değişik bir tad, değişik bir renk sunar. Diğer sahillerimizdeki tek güzelik, bu bölgede yerini sürekli bir heyecana bırakır. Bu haliyle ilçe bir doğa harikasıdır. İnsanları yakın ilçelerden ve illerden çeken de budur.

2.3.1 Doğal Çekicilikler

Kandıra'da turizm faaliyetlerinde çekicilik unsurları olarak kullanılabilecek oldukça fazla sayıda turistik unsur bulunmaktadır. Bu çerçevede doğal çekicilikler akarsu, anıt ağaç, göl, deniz, ada, mesire alanı, mağara, kayalıklar vb. çerçevede değerlendirilmiştir. Gerek literatür taraması gerekse saha çalışmalarından elde edilen verilere göre Kandıra'nın doğal çekicilikleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

2.3.1.1 Bağırganlı

Safalı-Hacımazlı köyleri üzerinden gidilerek ulaşılan Bağırganlı, kendine özgü kayalık kıyıları, güzel plajı ve harika doğası ile sakin bir dinlenme yeridir. Kefken'den sonraki ikinci büyük sahil köyü burasıdır. Arazinin uygun ve geniş olması nedeniyle yapılaşma daha ferah ve geniş bir alana yayılmaktadır. Modern ve lüks villaların yükseldiği Bağırganlı, artan bir

ilgiyle karşı karşıyadır. Balıkçılık yöre insanının önemli geçim kaynağıdır. Bu sektörü destekleyen balıkçı barınağı inşası devam etmektedir.

Bağırganlı'da hali hazırda turizm işletme belgeli herhangi bir konaklama tesisi bulunmamaktadır. Var olan 2 adet tesis Belediye belgeli pansiyon niteliğindedir. Bağırganlı'ya İstanbul tarafından 1 saat 45 dakikalık bir sürede ulaşım mümkündür. Bu çerçevede önemli bir lojistik avantajın bulunduğu ifade edilebilir.

2.3.1.2 Seyrek

Kandıra'ya 11 km. mesafedeki Seyrek, sahilin en şirin koylarından biridir. Çok güzel mesire yerlerine sahiptir. 300 metrelik kumsala sahip olan Seyrek sakin bir dinlenme yeridir. Seyrek deresi buraya ayrı bir güzellik katmaktadır. Derede bol miktarda bulunan ve insanlara alışmış su kaplumbağalarını yemlemek değişik bir eğlencedir. Elinizdeki ekmeği almak için, su dışına çıkıp yanınıza kadar gelip, ekmeği aldıktan sonra hızla suya kaçmaları, görülmeye değer bir manzaradır.

Turiste hizmet verecek oteli olmayan Seyrek'te ev pansiyonculuğu yapılmaktadır. Oldukça güzel bir koya sahip olan Seyrek'te koyun hemen yanı başında bulunan ve koya geçişleri engelleyerek çevre kirliliğine de neden olan tekne bağlama alanlarının farklı bir yere taşınmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Seyrek, geçmişten gelen çeşitli rivayetlere göre Romalıların ithalat ve ihracat merkezi olmasından dolayı önemli bir iskeleymiş. Seyrek'te iskeleyi korumak amacıyla yapılan Seyrek kalesinin kalıntıları vardır. Bu kalenin Bizanslılar tarafından yapıldığı tahmin edilmekte olup şimdilerde ise iskelesi sular altında kalmıştır. Kalenin yolu üzerinde Bizans Prenslerine ait lahit bulunmaktadır. Yine bu kalenin yanında kireç, taş ve tuğladan yapılmış hamam kalıntıları mevcuttur. Liman bugün sular altında kalmış olup hiçbir izine rastlanmamıştır.

2.3.1.3 Sarısu

Kandıra'ya 8 km. uzaklıkta ve Babaköy sınırları içindeki Sarısu deresinin, Karadeniz'le birleştiği yerde kurulmuştur. Sakince süzülüp gelen Sarısu Deresi'nde sazan, levrek, kefal ve çeşitli tatlı su balıkları avlanabilmektedir. Sarısu deresi, 1km uzunluğundaki sahile paralel akarak kum bitiminde denize kavuşmuştur. Bu haliyle harika bir görüntü bir ortaya çıkarmaktadır.

Çadır turizminin oldukça yaygın olduğu bölgede turistik konaklama yerleri de bulunmaktadır. Yapılaşmanın henüz başlamadığı bu koyun, güzellik ve sakinliğini uzun bir süre daha koruyabileceği düşünülmektedir.

2.3.1.4 Kerpe

Kerpe, kuzey rüzgarları açısından son derece elverişli bir coğrafi konuma sahip, sırtını alabildiğine sık çam ormanlarına dayamış, bir koydur. Bu sebeple Karadeniz'in o meşhur dalgası burada görülmemekte ve denizinin derin olmaması çocuklu aileler için avantaj sağlamaktadır.

Kerpe için İstanbul gibi önemli bir metropole yakınlığını da ekleyince, yerli ve yabancı turizme ev sahipliği yapabilecek özelliklere sahip bir aday diyebiliriz. Daha düne kadar kendi yağıyla kavrulan Kerpe'yi, bir gören bir daha bırakamamış, otuz yıldır her yaz tatilini burada geçirmeye alışmış olanlardan bazıları ilk yıllarda kurduğu çadırın yerine bir yazılık kondurmuş, ancak kimisi de hala nostaljik tatillerine devam ediyor. Çadırlarını, uyku tulumu ve sırt çantalarını, çatı aralarında koymaya kıyamayan Kerpeseverler özellikle Haziran ve Eylül aylarında soluğu bu balıkçı sahilinde almaktadırlar.

Günübirlik, İzmit, İstanbul ve Adapazarı'ndan gelenler olduğu gibi, yaz tatilini otel ve pansiyonlarda geçirmek isteyenler de akın akın buraya gelirler. Sahildeki gezinti yerleriyle birlikte Kerpe gece de bir başka güzeldir. Güneşin batışını ve ay ışığında yakamozu, doğa tarafından basamak şekli verilmiş Kerpe kayalıklarına oturup izlemek görülmeye değerdir. Gün batımında değişik tonlardaki kızıllıklar deniz üzerinde güzel bir görünüm sergiler. Tüm yıl boyunca açık balıkçı restorantları, otel, motel ve pansiyonları ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.

2.3.1.5 Kurtyeri

Kurtyeri, Kefken'ne gelmeden Kumcağız sahiline sahip güzel bir köydür. Kumcağız, geniş bir kumsalı ve temiz bir denizi vardır. Maliye Bakanlığı'na ait dinlenme tesisi ile Orman Bakanlığı'na ait orman içi çadır kampı mevcuttur.

2.3.1.6 Kefken

Kandıra'ya 20 km. olan Kefken, kıyı yerleşimleri içinde ekonomik olarak en gelişmiş olanıdır. Denizi, kumsalları ve çam ormanları ile Kerpe gibi vazgeçilemeyecek niteliklere sahiptir. Kefken'e 1km. mesafede Kovanağzı plajı bulunmaktadır. Küçük olmasına karşı çok ilgi çeken plajın yarısı Askeri Dinlenme Kampı'na aittir. Hemen yanıbaşındaki Pembe Kayalar mevkii ilginç jeolojik yapısı ile görenlerde hayranlık ve şaşkınlık ifadeleri yaratmaktadır. Suyun içindeyken yumuşak olan kayalar, çıkarıldıktan sonra sertleşmektedir. Bu özelliklerinden dolayı Osmanlılar döneminde, insan gücüyle dikdörtgenler şeklinde kesilerek, deniz yoluyla İstanbul'a getirilerek Sultan Ahmet Camii ve çok sayıda tarihi eserin yapımında kullanılmıştır.

Bölgede kesilmiş, fakat çıkarılmamış durumdaki taşlar, görenlerin zihinlerinde soru işaretleri bırakmaktadır. Ayrıca burada Orman Bakanlığı'na ait bir dinlenme merkezi bulunmaktadır. Eski bir yerleşim birimi olan Kefken Köyü'nde balıkçılık oldukça gelişmiştir. Yaklaşık 70-80 tekneye sahip bir balıkçılık kooperatifi ve Liman Başkanlığı bulunmaktadır. Kefken, tüm tüketim maddelerinin kolayca temin edilebileceği bir yerdir. İsmini merhum Nihat Erim'den alan Erim Tepesi ayrı bir güzelliğe sahiptir. Tenhalığı ile dikkati çeken Kapri Koyu sakin ve temiz koylardan birisidir.

2.3.1.7 Cebeci

Kandıra'ya 27 km. uzaklıktaki Cebeci; tertemiz denizi, geniş kumsalları, harika doğasıyla ideal bir tatil cennetidir. Kıyılar içerisinde, çadır turizminin en yaygın olduğu yerdir. Cebeci'de deniz sezonu açılmadan önce gelip bu şirin köyü mesken tutanların sayısı çok fazladır. Deniz ve güneş banyosunun, Eylül ayı sonuna kadar yapılabildiği bu doğa harikası mekanın kumsalı, yörenin en geniş plajıdır. Gün batımında güneşin eşsiz renklerinin denizle kucaklaşması ile oluşan ahenk, tatilcilere güzel duygular yaşatır. Pansiyonlar gelen turistlere yeterli hizmeti sunabilmektedir. Çok sayıda tatil sitesi ve yazlık mevcuttur.

Kefken Adası, Karadeniz'de tarihi özelliğe sahip olan insanların yaşadığı tek adadır. Azgın Karadeniz'in şiddetli fırtınalarından korunmak isteyen ve tehlikeli anlarda barınacak yer arayan gemiler bu adanın kenarında bulunan mendirekle çevrili limana sığınmaktadır. Ayrıca yardıma ihtiyacı olan gemilere de, tahlisiye tarafından her türlü yardım ulaştırılmakta ve telsiz bağlantısı kurulmaktadır. Ada üzerinde içme suyu temin edilen birkaç tane kuyu vardır. Cebeci sahiline tekne ile beş dakika uzaklıktaki bu ada, şehir yaşamından uzaklaşıp doğayla kucaklaşabileceğiniz ve denize girebileceğiniz sayısız koya sahiptir. Amatör sualtı avcılarının bir numaralı uğrak yeri olan Kefken Adası'nda zıpkınla, levrek ve kefal avlanabilmektedir.

Cikcik de denen kum midyeleri, Cebeci'de hayli boldur. Gırgırların arkasındaki elmas dişli, ağ torbalı tırmıklar deniz dibini tarayarak midyeleri topluyor. Sonra teknenin arkasında bir süre kumu ve suyu süzülüyor. Son olarak elekten geçiriliyor. Minik midyeler yeniden denize dönüyor. Bu şekilde çekilen 300 ton kumdan yılda 30 ton cikcik midyesi elde edilmektedir.

Çıkarılan midyeler ihraç edilmektedir. Kefken Limanı'ndan özellikle İtalya, Fransa ve İspanya'ya gönderilen midyeler özel yöntemlerle yıkanıp temizlenerek, daha çok sphagetti, pizza sosunun içinde garnitür olarak kullanılmaktadır. Çiğ olarak da yenen midyeler oldukça besleyicidir. Avlanma yasağının kalktığı dönemlerde midye avlayanları seyretmek bile güzeldir.

2.3.1.8 Çamkonak (Babalı)

Kandıra'nın en uzak sahilleri, yaklaşık 30 km. mesafedeki Uzunkum mevkiinde bulunmaktadır. Henüz pek bilinmeyen bakir bir bölgedir. Açık deniz özelliği gösteren bu sahiller rüzgarlı havalarda sörf yapılabilecek bir özellik kazanır. Büyük sayılacak bir turistik merkezin bulunmadığı bu bölge, tam anlamıyla vahşi bir cazibeye sahiptir. Gelenlerin ihtiyacını karşılayacak kadar motel ve pansiyon imkanları vardır. Çadır, kamp olanakları açısından oldukça uygundur. Kumsalı son derece geniş ve uzundur. Villa tipi evlerin yavaş yavaş doldurduğu bu belde, mesafenin uzak, yolun bozuk olması nedeniyle hala bakirliğini korumaktadır. İstanbul'da başlayan yolun Karadeniz sahil yolu olarak devam etmesi, bu bölgelere gerçek değerini kazandıracaktır.

Uzunkum mevkiinde başlayan kumsal, Karasu sahillerine kadar uzanmaktadır. Burada bulunan doğal göl bölgeye ayrı bir güzellik katmaktadır. Babalı ve Dikili adı ile anılan deniz kenarında iki mahallesi vardır. Babalı'da yürüyen kum dağları mevcuttur. Bu dağlar her yıl birkaç metre ilerlemektedir. Kefken'e girmeden sağa ayrılan beton yol takip edildiğinde, Çamkonak köyüne ulaşılır. Oradan da sahile doğru bir yol bulunmaktadır.

2.3.1.9 Sardala Koyu Malkaya Adası

Bölgeye ulaşmak için Kandıra'dan 25 km mesafedeki Pınarlı Köyü'ne ulaşmak gerekmektedir. Köyden çıktıktan yaklaşık 10 dakika sonra Sardala Koyuna ulaşılmaktadır. Sardala koyu yaklaşık 350 metre uzunluğunda bulunmakta ve Batı ucunda suyu son derece az olan bir pınar deniz ile birleşmektedir. Koyun küçük bir kısmı denize girebilmek elverişliyken büyükçe bir bölümü genellikle kayalık ve iri çakıllardan oluşmaktadır. Malkaya Adası ise kıyıdan yaklaşık 300 metre açıkta bulunmaktadır.

2.3.1.10 Miço Koyu

Kumcağız ile Kerpe arasında kalan ve halk arasında Miço Koyu olarak geçen Gizli Cennet Koyu'dur. Kerpe üzerinden Kartal Kayaları geçtikten sonra toprak yoldan devam ederek ulaşabilir, Kerpe koyundan deniz yoluyla ya da Kumcağız'dan Kerpe'ye giden dar orman yolunu tercih ederek çam ve meşe ağaçları arasından 10 dakika süren yürüyüşle Miço Koyu'na ulaşabilmektedir. İlginç kayalıklarla ünlüdür. Kayalıkların arası havuzu andıran bir görsellikte olup muhakkak fotoğraf çekilmesi gereken bir yerdir. Orman içinde bol oksijeni teneffüs edebileceğiniz ve sizi sessiz bir ortamla buluşturan bu koy herkes tarafından bilinmediği için hala bakirliğini korumaktadır. Miço Koyu'nda taşlar ve kayalıklar çok değişik şekiller oluşturmuştur. Hatta oradaki kayaların aşınmasından oluşan doğal havuzda yüzmek de mümkündür.

2.3.1.11 Teksen Gölü

Teksen, ismini buraya yerleşen tek bir aileden alıyor TEKSEN. Mimari yapısı hiç bozulmamış, köyün meydanı, çeşmesi hala ilk günkü gibi günümüze gelmiş. Köye gidince tarihte yolculuk yapmış gibi hissediyorsunuz. Yöre insanı çok çalışkan kendilerine yapay bir göl bile yapmışlar. Göl yeşillikler arasında muazzam görünüyor. Kandıra'ya bağlı olan Teksen'de 6 odalı ve 20 kişilik de bir pansiyon bulunmaktadır. Ağva'ya 23 km uzaklıkta olan İstanbul ve İzmit'e 38 km uzaklıkta Teksen, doğayla baş başa kalınabilecek sakinliktedir.

2.3.1.12 Kışla Şelalesi

Kandıra'ya 2 km mesafede eski Kışla Köyü olan ve şimdi mahalleye dönüşen Kışla mevkiinde bulunmaktadır. Henüz çok fazla bilinmeyen bu şelalenin yakın zamanda Kandıra'nın önemli çekicilik merkezlerinden biri olacağı düşünülmektedir.

2.3.1.13 Ekoturizm Olanakları

Kerpe-Sarısu arası 13 km'lik bir parkurda 4 saatlik bir yürüyüş yapılabilmektedir. Çam ormanları ve çalılıklar arasında 4 mevsim doğa yürüyüşü yapılabilmektedir. Orman ve Su İşleri Bakanlığı I. Bölge Müdürlüğü Kocaeli Şube Müdürlüğü sorumluluğunda Kandıra Seyrek Yaban Hayatı Geliştirme Sahası bulunmaktadır. Kandıra İlçesi'nde bulunan Seyrek Yaban Hayatı Geliştirme Sahasının güneyinde Doğancılı ve Çalköy, doğusunda Sarısu çayı,

batısında Seyrek deresi ve kuzeyinde Karadeniz bulunmaktadır. Alanda karacaların varlığının tespit edilmesi üzerine alan, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunun 4. maddesine göre 07.09.2005 tarihinde Bakanlar Kurulu kararınca Yaban Hayatı Geliştirme Sahası olarak ilan edilmiştir. Alanın ortasından geçen orman yolu, alanı kuzey ve güney olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Kuzeyde kalan kesim ağaçlandırma sahası olarak tanzim edilmiş ve yol boyunca etrafı tellerle çevrilmiştir. Alandaki su kaynakları olarak başta Sarısu çayı ve Seyrek deresi gelmektedir. Ayrıca alan içinde Taşlı dere, Yemişenli dere, Ihlamur deresi, Kumlugeçit deresi ve Baştanlar deresi gibi irili ufaklı dereler diğer su kaynaklarını oluşturmaktadır. Kandıra, Seyrek, Çamkonak 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu uyarınca Orman ve Su İşleri Bakanlığınca belirlenen Yaban Hayatı Koruma Sahaları ve Yaban Hayatı Yerleştirme Sahaları olarak belirlenmiştir. Kefken Genel Avlak Alanı için tescil başvurusunda bulunulmuştur (Orman ve Su İşleri Müdürlüğü, 2013, s. 87).

2.3.1.14 Babalı Mağarası

1877-1878 Osmanlı-Rus savaşları sonrasında Karadeniz'e kıyı olan Babalı Sahili'nde o dönem batan gemilerden kurtulabilen Abhazlar ve Çerkeşlerin barındığı bilinen tarihi ve manevi değeri büyük olan mağaranın ağız kısmından itibaren 6-7 metre derinliği bulunmaktadır. İçerisinde Osmanlıca yazılmış, hicri 1324 yılına ait olan 4 satırlık yazı bordürünün o dönem de mağarada sığınan Çerkez ve Abhazların olduğu düşünülmektedir.

2.3.1.15 Çamkonak Kamış Gölü

Çamkonak yakınlarında Gizli Göl veya halk arasındaki adıyla Kamış Gölü yer almaktadır. Kandıra'ya bağlı eski adıyla Çamkonak yeni adıyla Babalı sınırları içerisinde yaklaşık 645 dönümlük bir alana sahiptir. Halk arasında Kamış Gölü ismiyle anılmaktadır.

2.3.2 Kültürel, Sanatsal ve Sportif Çekicilikler

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra'nın sahip olduğu kültürel ve sanatsal çekiciliklere değinilmektedir. Bu çerçevede turistik çekicilik sağlayan Kandıra'nın tarihi değerleri, el sanatları, gelenekler, festivaller, müzeler, fotoğraf organizasyonları vb. çekiciliklere yer verilmektedir.

2.3.2.1 Akçakoca Anıt Mezarı

1234-1328 yıllarında yaşayan Kocaeli Fatihi Akçakoca Bey, 1308 yılına kadar Ereğli'den Karasu'ya kadar olan bölgeyi, 1308 yılından 1326 yılına kadar Ayan Gölü kuzeyinde Akova, Akçaköy, Kandıra İzmit (o tarihte Nikomedia) yakınlarındaki Kaymas, Çayırköy'e kadar yerleri zapt ederek Osmanlı Devleti sınırları içinde katar. İzmit üzerine son kez akın yapacağı sırada, çadırını kurmuş bulunduğu Kandıra yakınlarındaki Babatepe'de (94 yaşında) 1328'de ölür. Vasiyeti gereği Ertuğrul Gazi gibi otağının bulunduğu tepeye gömülür. Sonradan adına ve anısına saygı nişanesi olmak üzere devletine kattığı bu yöreye "KOCAELİ" denir. Anıt Mezarı Kandıra İlçesi Babadağ mevkiindedir.

2.3.2.2 Kandıra Bezi

Bir zamanlar Kandıra bölgesi halkının geçiminde önemli yer tutan keten ve buna bağlı olarak her eve girmiş olan Kandıra bezi dokumacılığı yok olmuş gibidir. Kandıra dünyada keten üretiminin yapıldığı en eski bölgelerdendir. Binlerce yıldır iç ve dış giyim eşyası olarak kullanılan keten, bazen masa örtüsü, perde, çuval, halat olmuş bazen de genç kızların çeyizlerinde kullanılan kumaş olmuştur. Keten üretiminde 1960'lı yıllara kadar ülkemiz üretiminin %30'dan fazlasını gerçekleştiren Kandıra, o yıllarda dokumacılıkta da önemli bir yere sahiptir. Keten ipliğinden yapılan, Kandıra Bezi diye bilinen dokumacılık; bir köy el sanatı olarak çok parlak devirler yaşamıştır. Yüzyıllarca çiftçi ailesinin ekonomik ve sosyal yaşamında önemli bir yer tutmuştur. Kandıra'nın köylerinde dokuma tezgahlarında dokunan Kandıra Bezi (Keten bezi) ile çay takımı, peçete, gömlek, gecelik, masa örtüsü, köşe yastığı,

ceket, pantolon, döpiyes, yatak çarşafları eski Türk Motifleri ile işlenerek yapılmaktadır. "Şile Bezi"nin dokunmasında ağırlıklı olarak pamuk ipliği kullanılırken, "Kandıra Bezi" tamamıyla keten ipi kullanılarak dokunmaktadır. Özellikle yetiştirme ve işlenme zorluğu nedeniyle, keten ekiminin ve iplik yapımının olmaması önemli bir kültür değerimiz olan Kandıra Bezi'nin dokunmasını azaltmıştır. Bu değeri yaşatmak için özel gayret ve teşvik gerektiği görülmektedir. Kandıra bezinin üzerine işlenen süs ve motifleri şöyle sıralanabilir; çıtlak kahve, kartopu, eğrelti, kare, sevda çiçeği, yeminli örnek ve diğer Türk motifleridir. Bunlar bezin üzerine çeşitli renklerdeki ip ve sim kullanılarak işlenmektedir.

2.3.2.3 Kandıra Belediyesi

Kandıra Belediyesi tarafından önceleri Kandıra Yoğurt Festivali olarak başlayan bu organizasyon şimdilerde Geleneksel Kültür Sanat Festivali olarak sürdürülmektedir. Namazgah Mesire Alanı'nda düzenlenmektedir. Her yıl Temmuz ayının 2. Haftası düzenlenen bu organizasyonda Kandıra'nın yöresel değerleri ile ilgili (yoğurt, mancarlı pide) yarışmalar düzenlenmekte ve ödüller verilmektedir.

2.3.2.4 Bağırganlı Köyü Taflan Koyu Geleneksel Kültür, Sanat ve Spor Festivali

Bağırganlı Köyü Taflan Koyu Güzelleştirme Derneği Başkanlığı tarafından geleneksel olarak düzenlenen ve Taflan Koyu'nu tanıtmayı amaçlayan bu organizasyon 20 yılı aşkın süredir

düzenlenmektedir. Plaj voleybolu turnuvalarının düzenlediği organizasyona her yıl yüzlerce turisttin bölgeye akın etmesini sağlamaktadır.

2.3.2.5 Kocaeli Açıksu Yüzme Şampiyonası

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından organize edilen Şampiyona'nın bir etabı Kerpe'de düzenlenmektedir. Onlarca milli yüzücünün katıldığı organizasyon, bölgenin tanıtımı açısından önemli katkılar sağlamaktadır. 2014 yılında düzenlenen şampiyonaya 133 sporcu katılım sağlamıştır.

2.3.2.6 Kandıra Taşı

Kandıra'ya özgü ve ilçe için çok önemli bir değer olan Kandıra Taşı, *Çerçilli ve Akçaova* bölgelerinde çıkarılmakta ve yine bu bölgelerdeki atölyelerde işlenmektedir. Kandıra taşı peyzaj mimarlığı, heykeltraşlık ve dekorasyon gibi çok geniş alanda kullanılan bir yapı malzemesidir. İstanbul'daki çok sayıda tarihi eser Kandıra Taşı kullanılarak restore edilmiştir. Yurdun çeşitli yerlerine hatta yurt dışına pazarlanmaktadır.

2.3.3 Gastronomik Çekicilikler

Dünyada turizmle ilgili gelişmeler incelendiğinde, turistik destinasyonların pazarlanmasında "gastronominin" önemli bir role sahip olduğu görülmektedir (Rand, Heath ve Alberts, 2003; Rand ve Heath, 2006; Fox, 2007; Mossberg, 2007; Henderson, 2009). Dolayısıyla turizm alanında gerçekleştirilen etkinliklerde gastronomik değerlerin dikkate alınmasında fayda vardır. Ayrıca bölgesel yönden incelendiğinde bir destinasyon için gastronomik kültür, farkındalık yaratma, bölgenin diğer yerlerden farklılaşması gibi hususlarda o bölgeye katkılar sağlayabilir. Long (2004: 24)'un çalışmasında "Bir bölgeye (yöre) ait kültürü ve kimliği diğerlerinden ayıran önemli sistemlerden biri yöre mutfağıdır" sözü de bir önceki cümleyi kanıtlar niteliktedir. Bu bağlamda gastronominin turizmde önemli bir alan olduğu söylenebilir. Bu bölümde Kandıra'nın turistik çekicilik sağlayan gastronomik unsurlarına değinilmektedir.

2.3.3.1 Kandıra Yoğurdu

Kandıra, çevrede yoğurdu ile ünlü olan bir ilçemizdir. Kandıra Yoğurdu 'nu ünlü yapan en önemli özellik; geçmişte çok sayıda bulunan, günümüzde ise sayısı azalmakla birlikte hala varlığını devam ettiren manda sütü katkılı yapılıyor olmasıdır. Bu nedenle hem Kandıra'yı hem de yoğurdunu tanıtmak, yoğurt üreticilerini teşvik etmek amacıyla, Kandıra'da 2000 yılından bu yana her yıl Ağustos ayında, Kandıra Yoğurdu Festivali düzenlenmektedir. İlçeyle adı özdeşleşmiş Kandıra Yoğurdu, yine ilçeye has yöntemlerle yapılmaktadır. 2005 yılı itibari ile Kandıra Kaymakamlığı girişimi ile Kandıra Yoğurdu patent çalışmaları başlatılmıştır. 24/04/2005 tarihinde resmi gazetede tescil ilanı verilmiştir.

2.3.3.2 Kandıra Hindisi

Orijinal adı "Amerikan Bronzu" olan siyah renkli hindi, İlçemizle bütünleşmiştir ve "Kandıra Hindisi" olarak anılmaktadır. 1979 yılında açılan "Hindi Üretim İstasyonu" nun 2002 yılında Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından kapatılması sonucu halkımız önemli bir gelir

kaynağından yoksun kalmaması için İl Özel idaresince hindi palazı getirilmekte ve üreticiye dağıtılmaktadır.

2.3.3.3 Çorbalar

Kandıra'da Umaç, Kesme ve Düğün Çorbası olmak üzere üç farklı çeşit bölgesel çorbanın bulunduğu belirlenmiştir. Bu çorbaların günümüzde bazı köylerde yapılmaya devam ettiği bilinmektedir. Hali hazırda bu çorbaların farklı yemek kitaplarında farklı aşçılar tarafından tariflerinin yapılarak yapılmaya devam ettiği görülmektedir.

2.3.3.4 Hamur İşleri

Kandıra'nın en bilinen yöreye has hamur işi "Mancarlı Pide"dir. Mancarlı Pide günümüzde çeşitli festivallerle birlikte tanıtılmaya çalışılmaktadır. Köylerde toplanan ve mancar olarak ifade edilen çeşitli otlardan yapılan pide halen Kandıra'da yapılmaya devam edilmektedir. Patent alınmış bir başka hamur işi ürün de Köy Lokumu'dur. İlçedeki bir fırın tarafından patent başvurusu yapılan Köy Lokumu'nun tescili yapılmıştır. Bunun yanında düdük makarna ve kaçamak (malak) gibi yemekler az da olsa hala yapılmaya devam etmektedir.

2.3.3.5 Sebze ve Meyveler

Kandıra'da tarım ve hayvancılık oldukça gelişmiş durumdadır. Tarım ve hayvancılık ilçenin öncelikli gelir kaynağı durumundadır. Bu çerçevede ilçede bir çok ürün Türkiye genelinde haklı bir şöhrete sahiptir. Kandıra'da üretilen Kandıra Çileği, Kandıra Biberi, Kefken Balığı,

Kandıra Mantarı, Kefken Cikcik Midyesi, Hodan Otu, Kaldirik Otu, Taflan ve Kestane Türkiye ve Dünyada bir çok insan tarafından bilinmekte ve tercih edilmektedir.

2.3.3.6 Tatlılar

Kandıra'ya özgü keten helva ve kabaklı kıvırma en bilinen tatlılardır. Bu ürünlerin hepsi hala Kandıra ve köylerinde yapılmaya devam edilmektedir. Ancak bu ürünlerin endüstriyel olarak üretildiğini söylemek mümkün değildir. Farklı yörelerde höşmerim olarak bilinen tatlının Kandıra'da farklı tarzda ve hoşmeni ismiyle yapıldığı bilinmektedir.

2.4 KANDIRA TURİZMİNDE YASAL ÇERÇEVE

Kandıra kıyı bandı, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından remi gazetede 08.12.2006 yılında yayınlanan 26370 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilmiş durumdadır. Bu çerçevede Kandıra Turizmi bu bölgeler için belirlenmiş yasal çerçeve ve mevzuat hükümlerine tabidir. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerindeki uygulamalar ise aşağıdaki mevzuat hükümlerine göre yürütülmektedir.

2.4.1 Planların Yapımı ve Onaylanması

1) İlan edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi kapsamında her ölçekte plan çalışmasından ve onayından 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca Bakanlığımız sorumludur. Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan edilen İlan edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi bütününde turizmin çeşitlendirilmesi çalışmaları başlatılır. Bu çalışmalar, ilan sürecinde Bakanlık tarafından yapılan tespitler veya yerel yönetimler ve sektörde faaliyet gösteren firmalar tarafından hazırlanan detaylı raporlar çerçevesinde sürdürülür.

2) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi kapsamında yürütülen planlama faaliyetlerinde Bakanlık Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından kayıt altına alınan turizm istatistiklerinin yanı sıra diğer tüm Bakanlıklar, Kamu Kurum ve Kuruluşları ve özel sektör tarafından hazırlanan tüm istatistikler girdi olarak değerlendirilir.

3) Planlama Faaliyetleri her ölçekte yürütülür. Her Ölçekte Plan, Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezlerinde turizm sektörünün ekolojik ve ekonomik verimliliği ve sürdürülebilir turizm ilkesi doğrultusunda kültür ve turizme dönük kullanımların ağırlıklı olduğu bölgelerdeki koruma ve gelişmeyi sağlamak, kısa ve uzun dönemli ilke ve hedefler ile mekansal stratejileri belirlemek üzere hazırlanan bu Yönetmelikte tanımlanan çeşitli ölçeklerde fiziksel planlardır (Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde ve Turizm Merkezlerinde İmar Planlarının Hazırlanması ve Onaylanmasına İlişkin Yönetmelik-madde-4).

Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Planları (Çevre Düzeni Planları): İçinde turizm türleri ile kültür ve eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal altyapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, kendi içinde alt bölgeler ihtiva edebilen, bu kapsamda kaynaklar arasında koruma-kullanma dengesini ve sektörel kalkınmayı sağlayan, arazi ana

kullanım kararlarını belirleyen, açıklama raporları ve plan notları ile bir bütün olan 1/25000 veya daha üst ölçekli fiziki planlardır.

Nazım İmar Planı: Onaylı halihazır haritalar üzerine varsa kadastral durum, varsa üst ölçekli Kültür ve Turizm Gelişim Planlarına uygun biçimde hazırlanan, farklı arazi kullanımlarının kullanış biçimlerini, yapı ve nüfus yoğunluklarını, gelişme yön ve büyüklüklerini, ana ulaşım sistemini belirleyen ve uygulama imar planlarını yönlendiren zaman, mekan ve örgütlenme (uygulama) etaplarını belirleyen plan notları ve detaylı açıklama raporu ile bir bütün olan 1/2000 veya 1/5000 ölçekli düzenlenen planlardır (değ. 12/01/05-25698).

Uygulama İmar Planı: Onaylı halihazır harita üzerine varsa kadastral durum, jeolojik bilgiler işlenmiş olarak, varsa üst ölçekli Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Planları ile nazım imar planı kararlarına uygun biçimde hazırlanan ve çeşitli arazi kullanım bölgelerinin yapı adalarını, bunların yoğunluk ve düzenini, yaya ve trafik yollarını ve uygulama için gerekli imar programlarına ve imar uygulamalarına esas olacak uygulama etaplarını, esaslarını ve yapılaşmaya ilişkin tüm bilgileri ayrıntıları ile gösteren ve 1/1000 ölçekte düzenlenen detaylı açıklama raporu ile bir bütün olan plandır.

4) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi içerisinde sürdürülen planlama faaliyetleri, daha önceden yürütülen turizmin çeşitlendirilmesi çalışmaları çerçevesinde her ölçekte planın hazırlanması için harita temini, veri toplama ve sentez oluşturulması aşamaları ile birlikte sürdürülür.

5) KTB; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri içinde her ölçekteki plânları yapmaya, yaptırmaya, re`sen onaylamaya ve tadil etmeye yetkilidir. (4957/2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu-madde-7) Bu çerçevede Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan edilen herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi kapsamındaki her ölçekte plan KTB tarafından onaylanır.

2.4.2 Arazi Tahsisleri

İmar Planları ile turizm (TTA, günübirlik, kamping, mekanik tesis hattı vb.) kullanımına ayrılmış olan kamu taşınmazları, üzerinde turizm yatırımı gerçekleştirilmek üzere, Resmi Gazetede, günlük gazetede ve Bakanlığın internet adresinde (www.kulturturizm.gov.tr) ilan edilerek kamuoyuna duyurulur. Birden fazla yatırımcının aynı taşınmazı talep etmesi durumunda; taşınmaz, müzakere sonucu en yüksek sosyal ve teknik altyapıya katılım bedelini veren yatırımcıya tahsis edilir. Ön izin ve kesin tahsis aşamalarındaki yükümlülüklerin yerine getirilmesinden sonra, tahsisi alan yatırımcı adına taşınmaz üzerinde 49 yıla kadar üst hakkı

tesis edilebilmektedir. Tesis inşaatına başlanılması ve tesisin işletmeye açılması, Bakanlıkça yatırımcıya verilen süreler dahilinde gerçekleşir. Bakanlığın taşınmaz, tesis ve yatırımcı firma üzerindeki denetim yetkisi, yatırımcının taşınmaz üzerindeki üst hakkı sona erene kadar devam eder.

2.4.3 Altyapı Yatırımları

KTB yatırım programında yer alan altyapı projelerinin yapılması ve yaptırılması, Mahalli İdarelerden Gelen Altyapı Talepleri, Mahalli İdarelerden (İl Özel İdareleri, Belediyeler) gelen Altyapı (Çevre düzenleme, kanalizasyon, içme suyu temini, atıksı arıtma, yol düzenleme, tuvalet vb.) projelerine mali yardım yapılması.

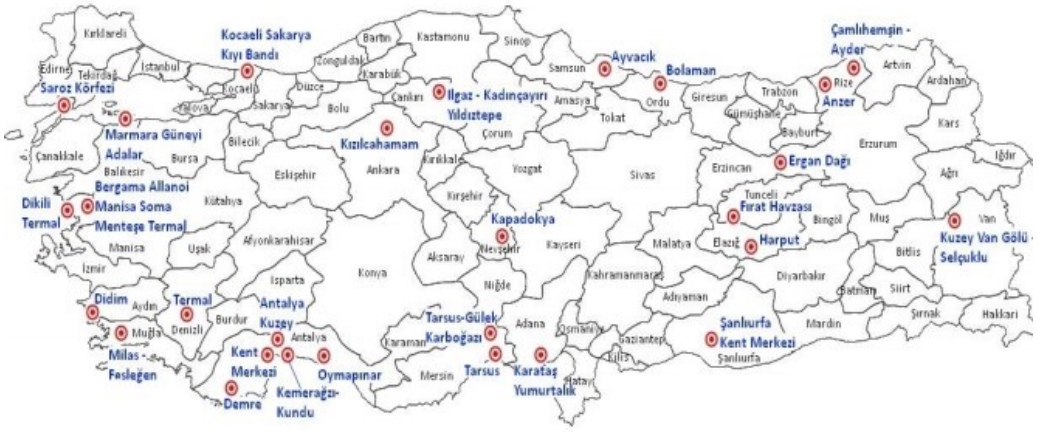
2.4.4 Kandıra'da Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler

Kandıra, genel teşviklerin yanında bölgesel teşvik sistemleri ile devlet tarafından desteklenen bir bölgedir. Turizm yatırımcılarının genel anlamda yararlanabileceği teşvikleri ve bölgesel teşvikleri aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür:

2.4.4.1. Yatırım Teşvikleri

Ekonomi Bakanlığı, Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından uygulanmaktadır. 1. bölgede bulunan Kandıra'da bu destekten yararlanabilmek için asgari sabit yatırım tutarının 500 bin TL olması gerekmektedir. Kocaeli İli teşvik sisteminde 1. Bölgede yer almasına rağmen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim bölgesinde yer alan yatırımlar 5. Bölge desteklerinden yararlandırılmaktadır. Bu açıdan Kandıra'da Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'nde yapılacak turizm yatırımları oldukça avantajlı teşvik uygulamalarından faydalanacaktır.

Harita 5. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Turizm yatırımları Bölge ayrımı yapılmaksızın, belirlenen asgari sabit yatırım tutarı şartı ile diğer Tebliğ şartlarını sağlayan yatırımlar için, Genel Teşvik Sistemi kapsamında;

* Gümrük Vergisi Muafiyeti
* KDV İstisnası desteğinden faydalanılabilir.

2.4.4.2 Bölgesel Teşvik Kalemleri

Gümrük Vergisi Muafiyeti: Teşvik belgeli yatırımlar için alınacak her türlü makine-ekipman Gümrük Vergisi'nden muaftır.

KDV İstisnası: Teşvik belgeli yatırımlar için alınacak makine ekipman, yapım işleri ve alınacak hizmetler KDV'den muaftır.

Yatırıma Katkı Oranı: 31.12.2013 tarihine kadar başlanılan yatırımlarda yatırıma katkı oranı %50, 01.01.2014 tarihinden itibaren başlanılan yatırımlarda yatırıma katkı oranı %40 olarak hesaplanmaktadır.

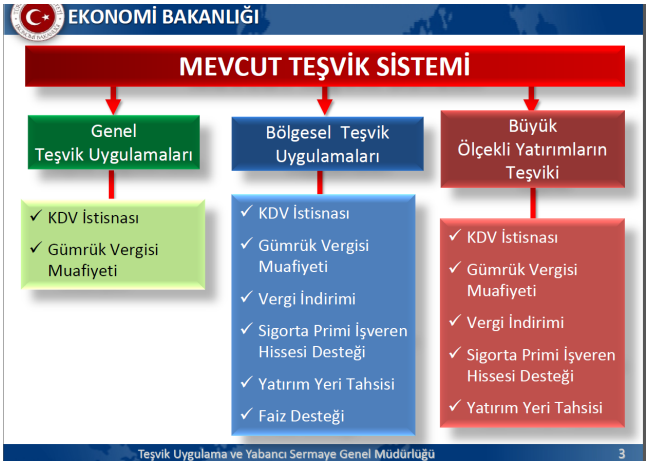
Vergi İndirim Oranı: 31.12.2013 tarihine kadar başlanılan yatırımlarda indirim oranı %80, 01.01.2014 tarihinden itibaren başlanılan yatırımlarda yatırıma katkı oranı %70 dir.

SGK İşveren Hissesi Desteği: Desteğin Sabit Yatırıma Oranı %35 ve uygulama süresi 5-6 yıldır.

Yatırım Yeri Tahsisi: Tüm sektörlerdeki teşvik belgeli yatırımlar için yer tahsisi yapılmaktadır.

Faiz Desteği: TL Kredilerde 5 puan, Dövize endeksli kredilerde 2 puan destek verilmektedir.

Şekil 1. Teşvik Sistemi



Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

5. Bölgede bulunan Kandıra'da yapılacak 5 milyon TL'lik bir yatırım ve 40 kişilik bir istihdam sonucunda alınabilecek destek miktarı 3 milyon 712 bin TL'ye kadar ulaşmaktadır. Bu rakam %74'lük bir yoğunluğu göstermektedir.

Tablo 13. Örnek Yatırım ve Teşvik Tablosu

Yatırım Tutarı: 5 Milyon ₺, İstihdam: 40 Kişi						
Bölgeler / Destek Unsurları (Bin ₺)	1. BÖLGE	2. BÖLGE	3. BÖLGE	4. BÖLGE	5. BÖLGE	6. BÖLGE
KDV İstisnası	114	114	114	114	114	114
Gümrük Vergisi Muafiyeti	70	70	70	70	70	70
Vergi İndirimi	750	1.000	1.250	1.500	2.000	2.500
Sigorta Pr. İşv. His. Des.	165	248	413	495	578	826
Faiz Desteği	-	-	500	600	700	900
Yatırım Yeri Tahsisi	250	250	250	250	250	250
Gelir Vergisi Stopajı	-	-	-	-	-	542
Sigorta Primi İşçi Hissesi	-	-	-	-	-	595
Toplam Devlet Desteği	1.349	1.682	2.597	3.029	3.712	5.797
Destek Yoğunluğu %	27	34	52	61	74	116
Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü						26

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

2.4.4.3 Kalkınma Ajansı Destekleri

Doğrudan finansman desteği: Doğrudan finansman desteği, Ajansların belirtilen usul ve kurallar çerçevesinde, belli proje ve faaliyetlere yaptığı karşılıksız yardımlardır. Doğrudan finansman desteği, Ajansların esas itibarıyla proje teklif çağrısı yöntemiyle kullandırdığı desteklerden oluşur. Ancak Ajanslar istisnai olarak, proje teklif çağrısı yapmaksızın ve proje hazırlığı konusundaki yükümlülüklerinden bazılarını hafifletmek veya proje hazırlık sürecini doğrudan yönetmek suretiyle, doğrudan faaliyet desteği ve güdümlü proje desteği şeklinde de doğrudan destek sağlayabilir

Faiz desteği: KOBİ'ler için protokole uygun projeleri için alınan kredilerin faizlerinin ödenmesine verilen destektir.

Faizsiz kredi desteği: Ajans tarafından işletmelere belirli nitelikteki projeleri için finans kurumları aracılığı ile kullandırılan faizsiz kredileri kapsamaktadır.

2.4.4.4 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Kapsamındaki Teşvikler

Turizm Yatırımı için Arazi Tahsisi: Kamu arazileri nispeten ekonomik bedellerle 49 yıllığına turizm tesislerine tahsis edilebilmektedir.

Yabancı Personel Çalıştırma: Belgeli işletmelerde, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığının görüşü alınarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca verilen izinle, yabancı uzman personel ve sanatkârlar çalıştırılabilir. Kanunun Türk vatandaşları için geçerli

kıldığı bazı yükümlülükler yabancı personel için geçerli değildir. Ancak bu şekilde çalıştırılan yabancı personelin miktarı toplam personelin % 10'unu geçemez. Bu oran Bakanlıkça % 20'ye kadar artırılabilir. Bu personel, işletmenin faaliyete geçişinden 3 ay öncesinden itibaren çalışmaya başlayabilir.

Haberleşme Kolaylıkları: Belgeli yatırım ve işletmelerin telefon ve teleks taleplerine ilişkin her türlü işlem ve tahsis öncelikle yapılır.

İhracatçılara Ayrıcalıklı Muamele: Belgeli işletmelerden, bu amaca yönelik olarak Bakanlar Kurulunca her yıl belirlenen döviz miktarını sağlayanlar, ihracatçı sayılırlar.

Turizm Kredileri: T.C. Turizm Bankası Anonim Şirketi kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerindeki belgeli yatırımlara tahsis edilmek üzere, yabancı kaynaklardan döviz kredileri alabilir.

Bunların yanında girişimciliğe dayalı ekonomik gelişmeyi sağlamak adına özellikle KOSGEB tarafından önemli destekler verilmektedir. Girişimcilik eğitimi alarak kendi işini kurmak isteyen genç girişimcilere KOSGEB tarafından destek verilmektedir. Bunun yanında girişimcilerin kullanabilecekleri İŞKUR, TUBİTAK ve AB fonları da bulunmaktadır. Bu konuda ayrıntılı bilgi ilgili kurumların web sitelerinden temin edilebilir.

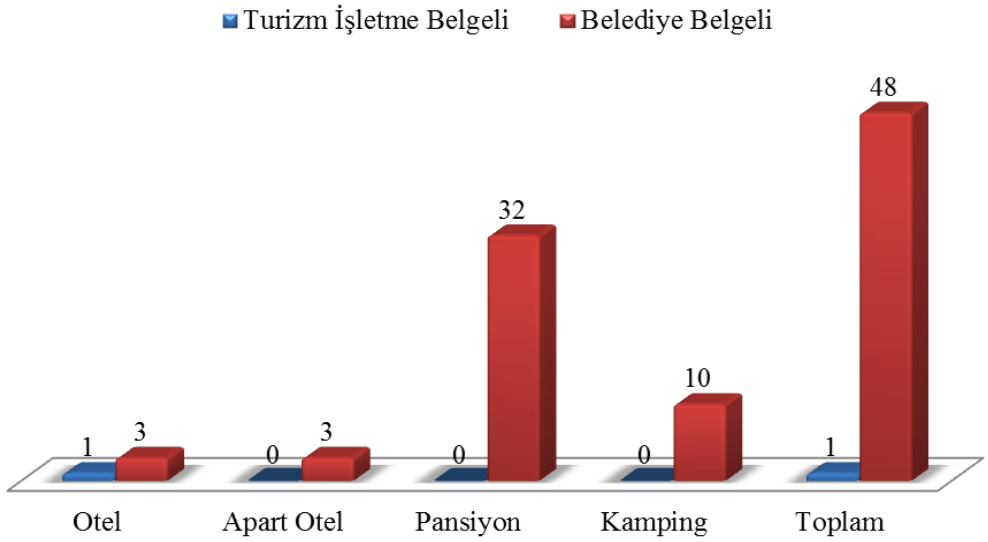
2.5 MEVCUT TURİZM YATIRIMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Mevcut turizm yatırımlarının değerlendirilmesi çerçevesinde iki aşamalı bir yaklaşım izlenmiştir. Kandıra ilçe sınırları içerisindeki mevcut ve potansiyel turizm alanları literatür taraması ve görüşmeler yoluyla belirlenmiştir. Belirlenen bu turizm alanlarındaki turizm yatırımları, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Kandıra Belediye Başkanlığı'ndan bilgi alınarak bir liste haline getirilmiştir. Bu liste çerçevesinde ilgili konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri ile yerinde görüşmeler yapılarak yatırımların mevcut durumları ortaya konulmuştur. Bu çalışmalar ile sadece mevcut durumun belirlenmesi amaçlanmamış aynı zamanda Kandıra'da turizm sektörünün yüz yüze kaldığı sorunlar ve beklentiler belirlenerek master plan çerçevesinde ortaya konularak çözümüne katkı sunulmaya çalışılmıştır.

2.5.1 Konaklama İşletmeleri

Kandıra Belediyesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen bilgilere göre 2014 Ağustos ayı itibari ile ilçe sınırları içerisinde toplam 49 adet konaklama işletmesi bulunmaktadır. 49 konaklama işletmesinin sadece 1 tanesi turizm işletme belgelidir. Diğer 48 işletme ise belediye tarafından verilen belgeler ile işletilmektedir. Bu işletmelerin türlerine göre dağılımına bakıldığında 32 işletme ile pansiyonların en yüksek sayıya sahip olduğu görülmektedir. Pansiyonların dışında 10 adet kamping 3 adet apart otel ve 1 adet de otel bulunmaktadır. Mevcut duruma bakıldığında Kandıra'da konaklama işletmesi anlamında önemli bir yetersizliğin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bölgede sadece 1 işletmenin turizm işletme belgesine sahip olması ise oldukça dikkat çekicidir.

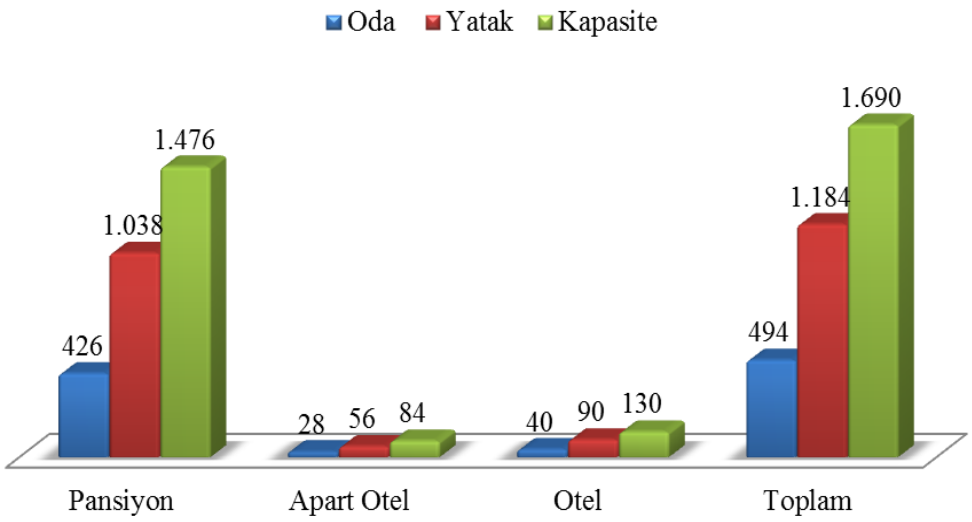
Grafik 41. Kandıra'daki Konaklama Tesisleri 2014



Kaynak: Kandıra Belediyesi, 2014

Grafik 42'de Kandıra'daki konaklama işletmelerinin oda, yatak ve kapasiteleri görülmektedir. Grafik incelendiğinde Kandıra'daki konaklama kapasitesinin çok büyük bir kısmının pansiyonlar tarafından oluşturulduğu anlaşılmaktadır. 1.690 kişilik toplam kapasitenin 1.476'sı pansiyonlar tarafından arz edilmektedir. Otel ve Apart otelin oluşturduğu kapasite ise sadece 214'tür. Binlerce insanın geldiği bölgedeki konaklama kapasitesinin oldukça yetersiz olduğu görülmektedir.

Grafik 42. Kandıra'daki Konaklama Kapasitesi 2014

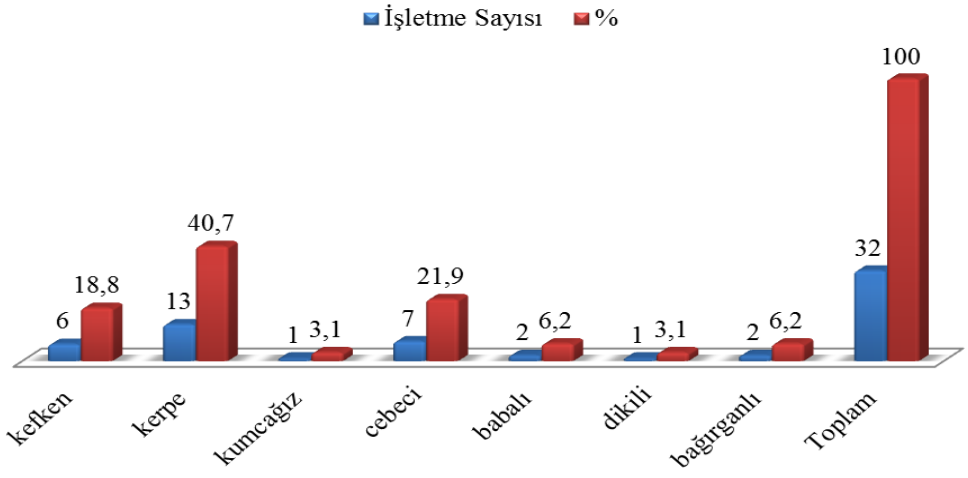


Kaynak: Kandıra Belediyesi, 2014

Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Kandıra Belediyesi'nden alınan listeye göre Kandıra ilçe sınırları içerisindeki tüm konaklama işletmelerine ulaşılmış ve kendilerine araştırmanın amacı ve elde edilmek istenen sonuçlar hakkında bilgiler verilmiştir. Bu çerçevede veriler, araştırmaya katılmayı kabul eden ve yetkilisi ile görüşme yapılabilen 32 konaklama işletmesinden elde edilmiştir. Yüz yüze görüşme yöntemiyle hem bir anket formu doldurulmuş hem de işletmelerin görüş ve önerileri alınarak kaydedilmiştir.

Araştırmaya katılmayı kabul eden konaklama işletmelerinin isimleri ve bulundukları bölgeler aşağıda görülmektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere en fazla katılım Kerpe'den sağlanmıştır. Kerpe'den araştırmaya 13 işletme katılım sağlamıştır. Kerpe'yi 7 işletme ile Cebeci ve 6 işletme ile Kefken izlemektedir. Babalı ve Bağırganlı'dan 2, Dikili'den ve Kumcağız'dan ise 1 işletme araştırmaya katılmayı kabul ederek bilgi vermişlerdir.

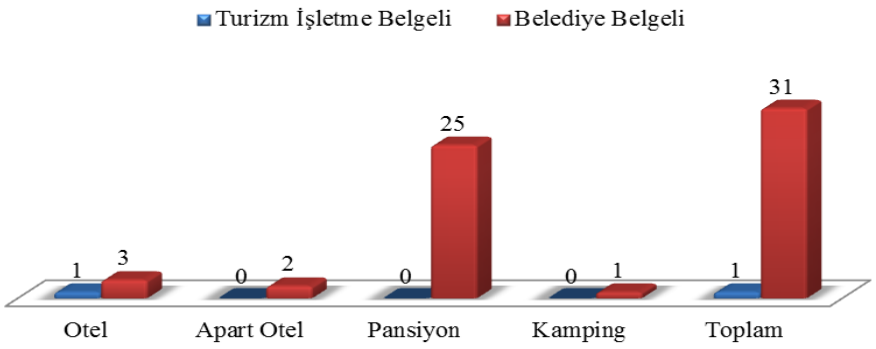
Grafik 43. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmelerinin Bölgelere Göre Dağılımı



Grafik 44'te araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin türlerine göre dağılımı görülmektedir. Görüşme gerçekleştirilen 32 işletmenin 1'i turizm işletme belgeli 31'i ise belediye belgeli olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin 25'i pansiyon, 4'ü otel, 2'si apart otel ve 1'i de kamping olarak faaliyet göstermektedir. Mevcut

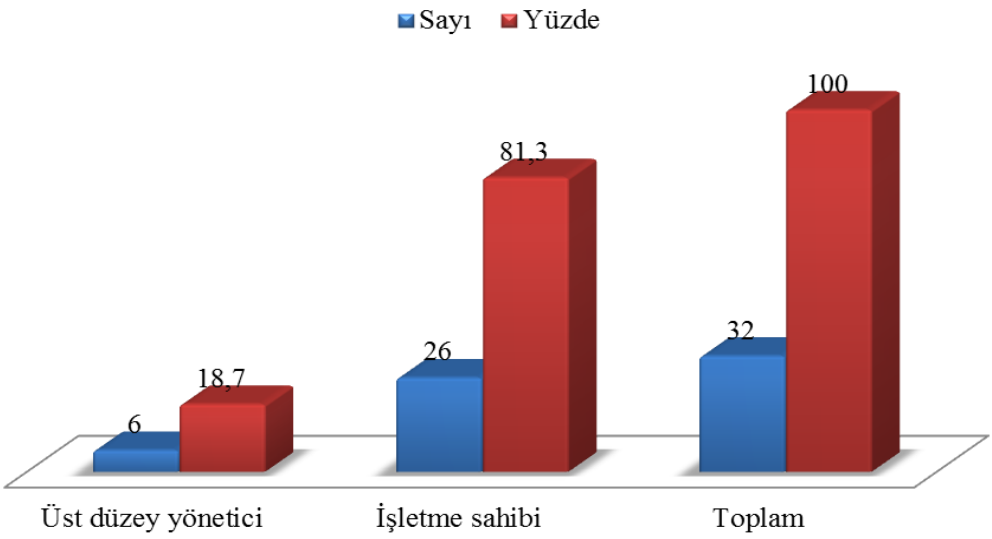
duruma bakıldığında Kandıra'da pansiyon ağırlıklı bir konaklama yapısının bulunduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanında saha çalışmaları sırasında kıyı bölgelerinde önemli oranda ruhsatsız ev pansiyonculuğu faaliyetinin de yapıldığı görülmüştür. Mevcut konaklama tesislerinin özellikle hafta sonlarında talebe cevap veremediği ve bölgedeki tüm barınma alanlarında %100 doluluk oranlarına ulaşıldığı belirlenmiştir.

Grafik 44. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmelerinin Niteliklerine Göre Dağılımı



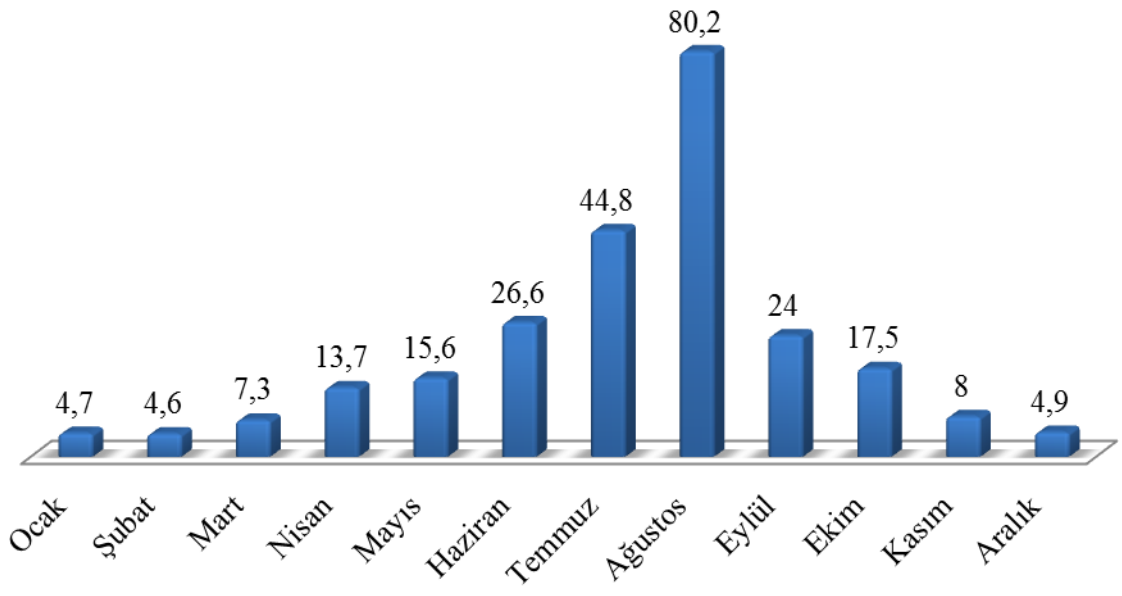
Bölgedeki konaklama işletmelerinin neredeyse tamamı aile işletmesi niteliğindedir. Tesislerin büyük bir çoğunluğu aile fertlerinin işgücü olarak kullanılmasıyla işletilmektedir. Araştırmaya katılan 32 işletmenin 26'sında görüşme, işletme sahipleriyle yapılmıştır. Bu durum işletmelerin aile işletmesi niteliğinde olduğunu teyit etmektedir. 6 işletmede ise görüşme işletmenin üst düzey yöneticileriyle gerçekleştirilmiştir.

Grafik 45. Görüşme Yapılan Kişilerin Pozisyonlarına Göre Dağılımı



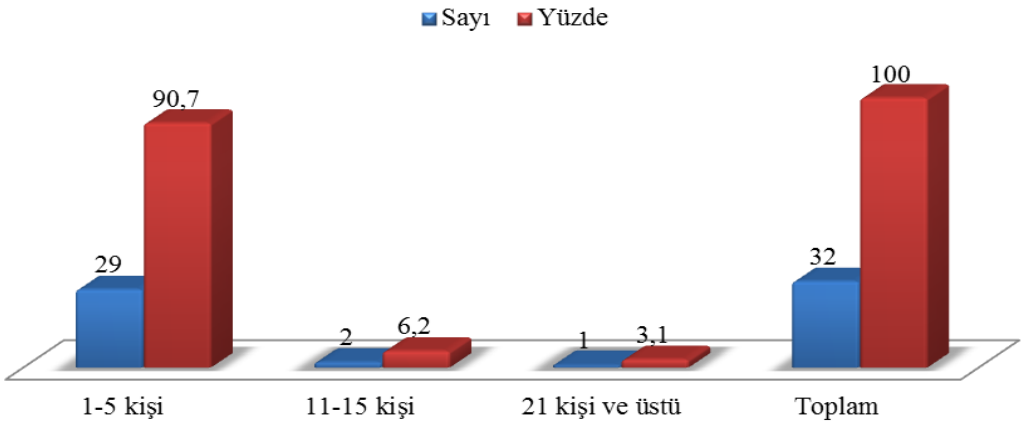
Konaklama işletmelerinin doluluk oranlarına bakıldığında yaz mevsiminin ağırlık kazandığı görülmektedir. Grafikten de görüleceği üzere Ağustos ayı doluluğun en yüksek olduğu aydır. İşletmelerin bu aydaki doluluk oranları %80'in üzerine çıkmaktadır. Temmuz ayındaki düşük doluluk oranı ise hali hazırda Ramazan ayının Temmuz ayı içerisinde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Hafta sonları ve dini bayramlarda işletmelerde doluluk oranlarının %100 düzeyinde olduğu belirtilmiştir. İşletmelerin yaz mevsiminde doluluk oranlarını etkileyen en önemli faktör iklimdir. Yağışlı geçen günlerde işletmelerin doluluk oranlarında ciddi oranlarda düşüşlerin yaşandığı ifade edilmiştir. Deniz turizmine yönelik faaliyet sürdüren bölgedeki hiçbir işletmede denize alternatif olabilecek aktivite çeşitliliği bulunmamaktadır. Bölgedeki işletmelerin büyük bir kısmı mikro ölçekli işletmedir. İlçede herhangi bir seyahat acentasının bulunmaması da aktivite çeşitliliğini etkilemektedir.

Grafik 46. Konaklama İşletmelerinin Aylık Doluluk Oranları



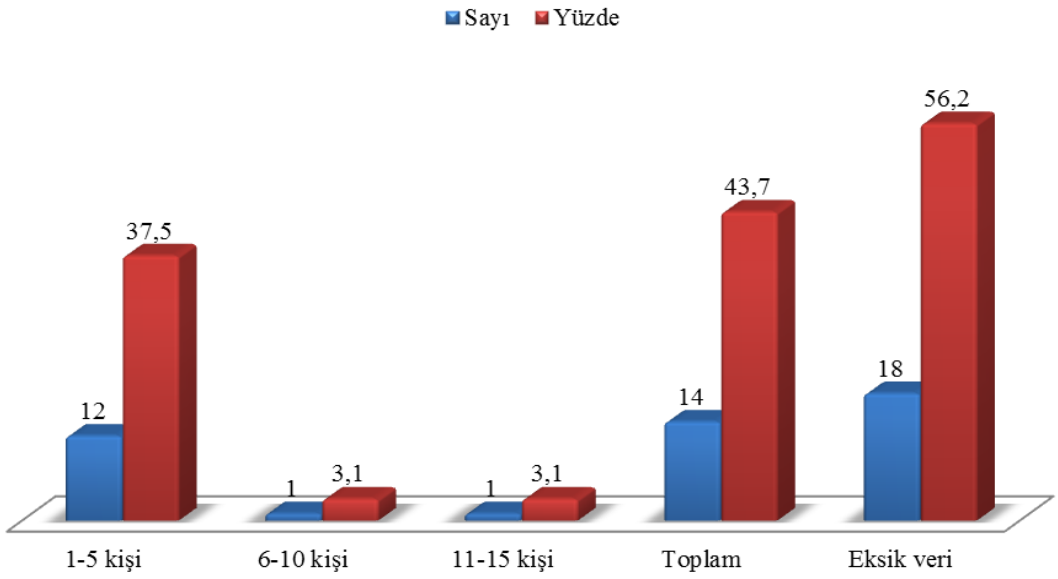
Grafik 47'de konaklama işletmelerinin kadrolu personel sayıları görülmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu aile işletmesi niteliğinde olup aile bireylerinin işgücü desteği ile işletilmektedir. Aileden işgücüne katılımların da dahil edildiği durumda işletmelerin % 90,7'sinde 1-5 kişi arasında kadrolu personel çalışmaktadır. 2 işletmede 11-15 arasında personel, 1 işletmede ise 21 kişinin üstünde personel bulunmaktadır. Mevcut haliyle Kandıra'daki konaklama işletmelerinin önemli bir istihdam kaynağı olduğunu söylemek mümkün değildir. Az sayıda çalışana ihtiyacı olan bu işletmelerin ise işgücü yetersizliğinden şikayet ettikleri görülmektedir.

Grafik 47. Konaklama İşletmelerinin Kadrolu Personel Sayıları



İşletmelerin istihdam ettikleri geçici personel sayılarına bakıldığında ise 14 işletmenin yoğunluğun bulunduğu yaz aylarında geçici personel istihdam ettiği anlaşılmaktadır. 18 işletmede ise geçici personel istihdamı sözkonusu değildir. Geçici personel istihdam eden 14 işletmenin 12 sinde geçici personel sayısının 1-5 kişi arasında olduğu görülmektedir.

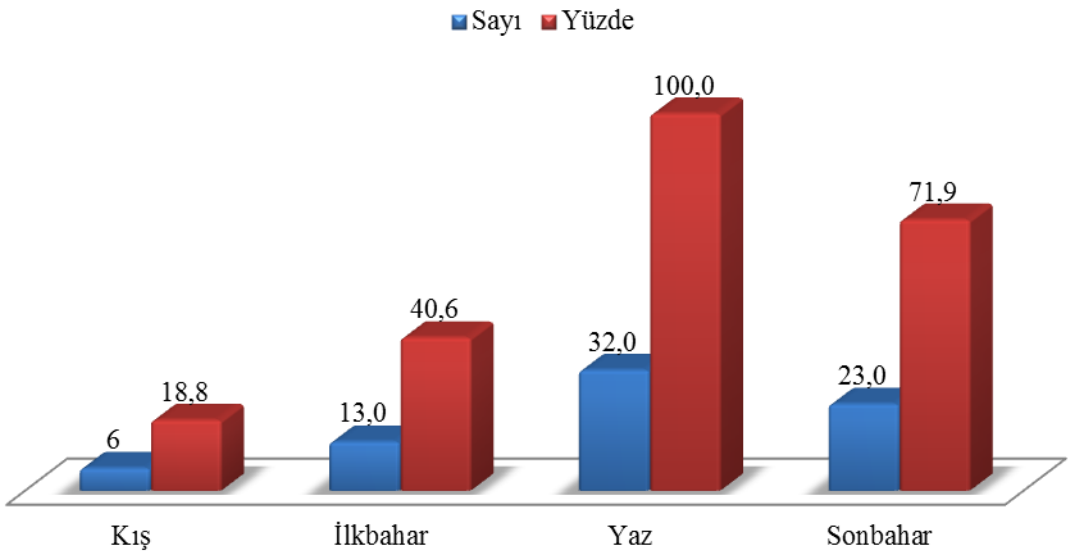
Grafik 48. Konaklama İşletmelerinin Geçici Personel Sayıları



Grafik 49'da mevsimlere göre açık tutulan konaklama işletmelerinin sayısı ve yüzdelik dağılımı görülmektedir. Grafikten de anlaşılacağı üzere konaklama işletmelerinin tamamı yaz mevsiminde açıktır. Sonbaharda açık tutulan işletme sayısı 23'tür. Bu işletmelerin de büyük bir kısmının eylül ayı ortalarında kapatıldığı ifade edilmiştir. İlkbaharda açık tutulan işletme sayısı ise 13'tür. Bu mevsimde de işletmelerin çoğunluğunda faaliyetin mayıs ayı ile birlikte

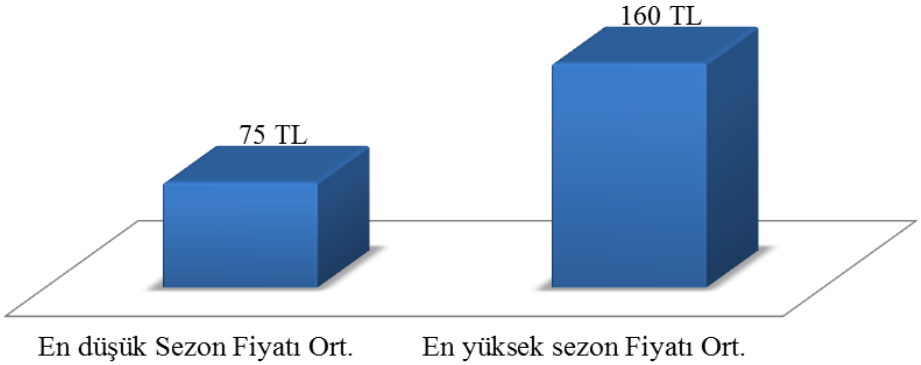
başladığı belirtilmiştir. Kış mevsiminde ise sadece 6 işletme faaliyetlerine devam etmektedir. Yapılan görüşmelerden elde edilen ilginç bir bulgu da şudur: Bölgede faaliyet gösteren pansiyon niteliğindeki aile işletmelerinde bu faaliyet ikincil bir iş olarak sürdürülmektedir. Hali hazırda yaz ayları dışında başka iş kolları ve illerde faaliyet gösteren işletmeler, yaz aylarında Kandıra'da sahip oldukları işletmelere gelmekte ve tüm aile ile hem tatillerini yapmakta hem ticari faaliyetlerini sürdürmektedir. Kış aylarında işletmelerini açık tutan işletme sahiplerinin tamamı Kandıra ilçe sınırları içerisinde ikamet edenlerdendir. Bu çerçevede Kandıralı turizm girişimcilerinin sayılarının artırılmasıyla tüm yıl açık tutulacak işletme sayısının da artırılmış olacağını söylemek mümkündür.

Grafik 49. Mevsimlere Göre Açık Tutulan İşletme Sayıları



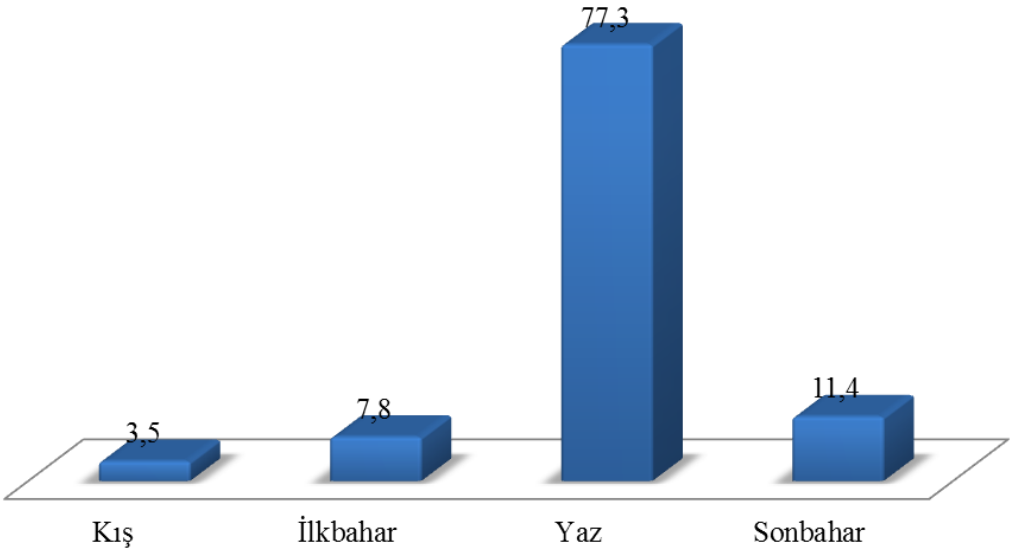
Kandıra'daki konaklama işletmelerinde ortalama oda fiyatları 75TL ile 160TL arasında değişmektedir. Konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunda fiyatlama oda üzerinden yapılmaktadır. Sadece 3 işletmede kişi başı fiyatlandırma yapıldığı belirlenmiştir. İşletmelerin niteliği arttıkça fiyatlamanın kişi başına döndüğü ve ortalamanın çok üzerine çıktığı belirlenmiştir. Bu bağlamda konaklama işletmelerinde nitelik artışı ile birlikte nitelikli ve harcama potansiyeli yüksek turistlerin bölgeye çekilebileceği öngörülmektedir.

Grafik 50. Konaklama İşletmelerinde Fiyatlar



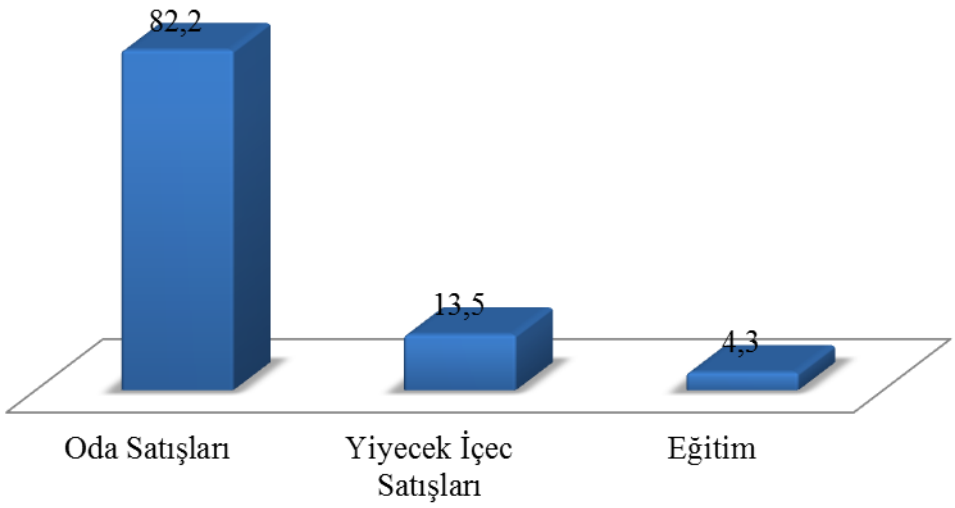
Konaklama işletmelerinin elde ettikleri gelirin %77,3'ü yaz mevsiminde kazanılmaktadır. Elde edilen yıllık gelir içerisinde sonbaharın payı %11,4, ilkbaharın payı ise %7,8'dir. Kış mevsimi gelir açısından %3,5 ile en düşük mevsimdir. Kış mevsiminde işletmesini açık tutan işletmelerin çok az hasılat elde ettikleri anlaşılmaktadır. Yaz mevsimi dışında işletmesini açık tutacak olan işletmelerin turistik ürün çeşitlendirmesine ağırlık vermeleri, turistik çekicilik sağlayacak yeni turistik ürünler geliştirmeleri gerekmektedir. Çiftlik turizmi ile eğitim faaliyetlerini birleştiren bölgedeki tek turizm işletme belgeli konaklama işletmesinin doluluk oranları ve mevsimsel gelir dağılımı bu düşünceyi destekler niteliktedir.

Grafik 51. Konaklama İşletmelerinde Gelirin Mevsimsel Dağılımı



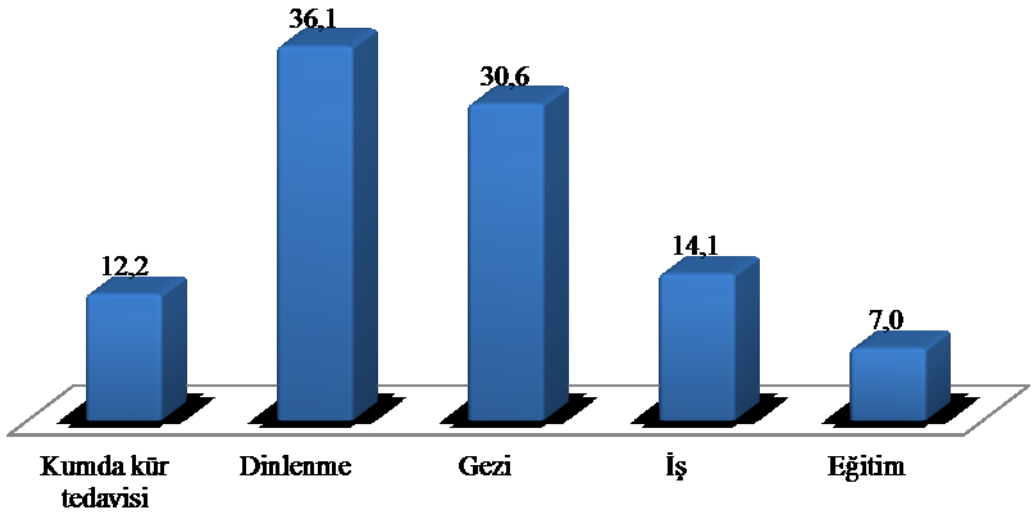
Gelirin türlerine göre dağılımı incelendiğinde bölgedeki konaklama işletmelerinin oda satışı eksenli bir ticari faaliyet sürdürdükleri anlaşılmaktadır. Elde edilen yıllık gelirin %82,2'si oda satışlarından elde edilmektedir. Yiyecek içecek satışlarının toplam gelir içindeki payı % 13,5'tir. Kendi işletmesinde %20'lik paya sahip olan eğitim gelirlerinin tüm işletmelerin elde ettiği gelir içerisindeki payı %4,3'tür. Sadece 1 otel işletmesinin bu şekilde bir alternatif oluşturmuş olması oldukça yetersizdir. Diğer konaklama işletmelerinin de mutlaka alternatif gelir kanalları oluşturması gerekmektedir. Birçok konaklama işletmesinde misafirlere kahvaltı dahi sunulmamaktadır.

Grafik 52. Gelirin Türlere Göre Dağılımı



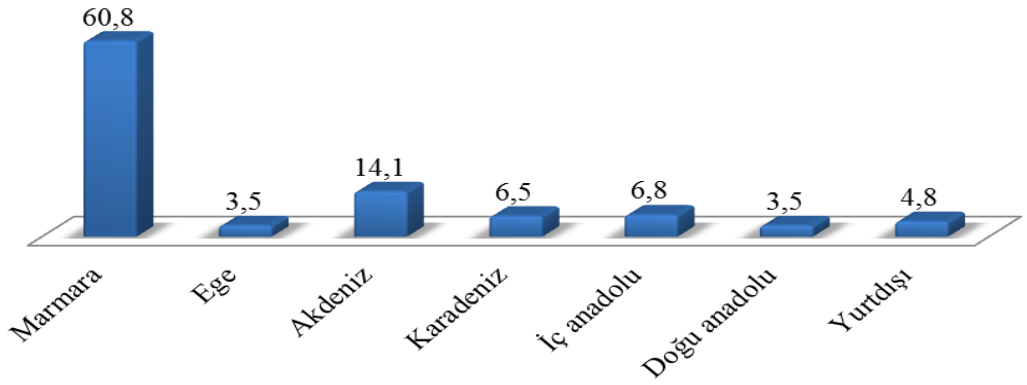
Konaklama işletmeleri sahip veya yöneticilerine göre Kandıra'yı ziyaret eden turistlerin % 36'sı dinlenme amacı ile %30,6'sı gezi eğlence amacıyla ziyaret gerçekleştirmektedir. İşletmecilere göre turistlerin Kandıra'yı ziyaretlerinde en etkili olan unsur, dinlenme ve gezi ihtiyacıdır. İş için gelenlerin oranı %14,1, kumda tedavi amacı ile gelenlerin oranı %12,2 ve eğitim amacı ile gelenlerin oranı ise%7'dir.

Grafik 53. Turistlerin Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı



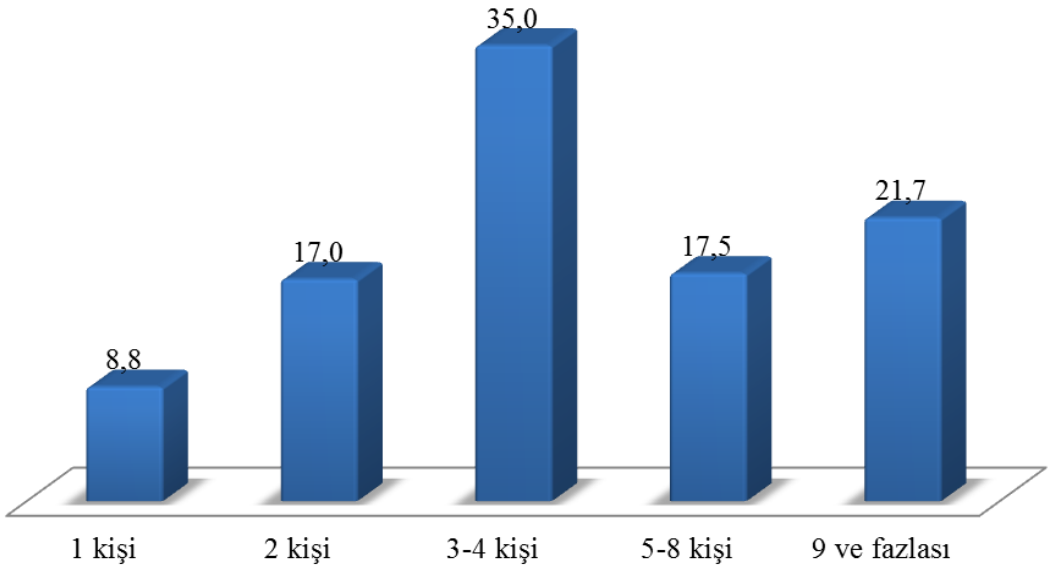
Kandıra'yı ziyaret eden turistlerin geldikleri bölgeler anlamında dağılımına bakıldığında Marmara Bölgesi'nin %60,8 ile birinci sırada bulunduğu anlaşılmaktadır. Marmara Bölgesi'ni %14,1 ile Akdeniz ve %6,8 ile İç Anadolu Bölgeleri takip etmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle Kandıra turizmi açısından kolay ulaşılabilirliğin önemli bir avantaj teşkil ettiği görülmektedir. Akdeniz Bölgesi'nden gelen turist oranı da ilgi çekicidir. Özellikle yaz mevsiminde bunalan Akdeniz Bölgesi insanlarının nispeten daha serin ve doğal çekiciliği yüksek yerleri tercih ettiği anlaşılmaktadır. Geliş amaçlarına göre dağılım incelendiğinde Kandıra'nın turistik tanıtımında "yakınlık" ve "doğal güzellikler" in ön plana çıkarılması ve özellikle de İç Anadolu Bölgesi'ne yoğunlaşılması gerektiği değerlendirilmektedir. Aynı doğal ortama ve çekiciliklere sahip bölgelerden Kandıra'ya turist gelişi yok denecek kadar azdır.

Grafik 54. Turistlerin Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı



Turistlerin beraberindeki kişi sayılarına bakıldığında Kandıra'nın büyük oranda kalabalık ailelerin tercihi olan bir bölge olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, mevcut konaklama işletmelerinin çoğunluğunun pansiyon olmasından ve kalabalık aileler için oldukça ucuz tatil imkanı sağlaması nedeni ile ortaya çıkmaktadır. 3-4 kişi ve üzerinde konaklama gerçekleştirenlerin oranı toplam olarak %74,2'ye ulaşmaktadır.

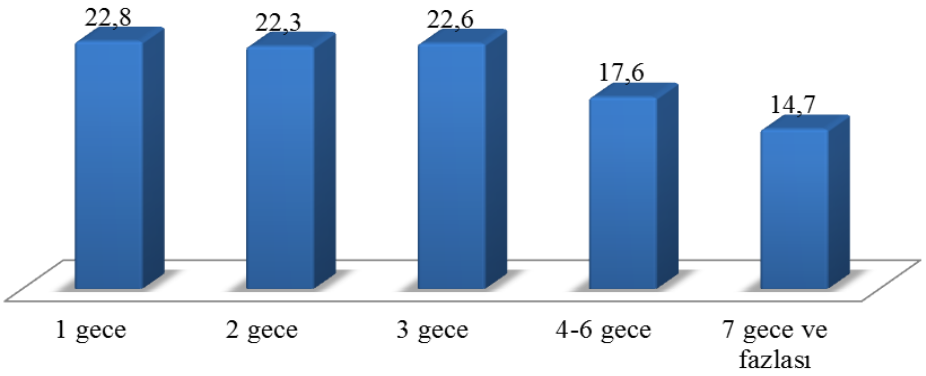
Grafik 55. Turistlerin Beraberindeki Kişi Sayıları



Konaklama işletmelerindeki geceleme sayılarına bakıldığında Kandıra'nın kısa tatiller (hafta sonu gibi) için cazip bir yer olduğu anlaşılmaktadır. 3 gece ve altındaki konaklama oranlarının toplamı %67,7'dir. Bu durum bölgede hafta sonları ortaya çıkan yoğunlaşmanın nedeni de açık bir şekilde ortaya koymaktadır. %32,3'lük bir grup ise 4 gece ve üzerinde konaklama

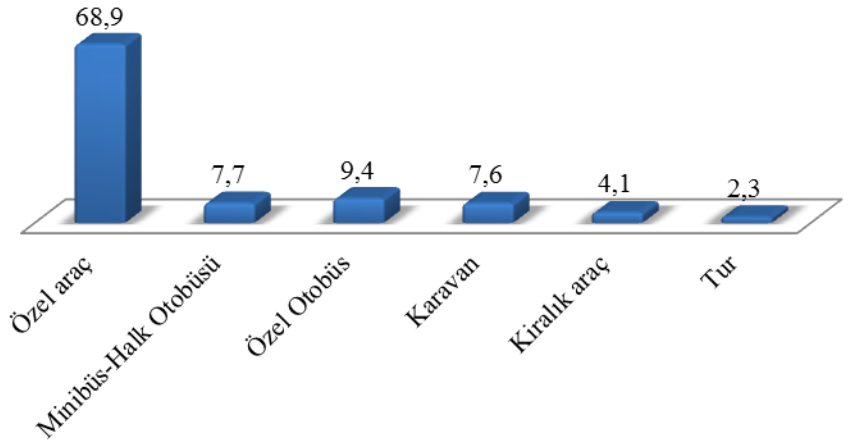
yapmaktadır. Kandıra'da turizmin geliştirilmesi ve hak edilen gelirlerin elde edilebilmesi için özellikle 3 gecenin üzerinde konaklama gerçekleştiren grupların Kandıra'yı tercih nedenleri belirlenmeli ve tercihte etkili olan unsurlar ön plana çıkarılarak niş pazarlara yönelik aktif tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.

Grafik 56. Turistlerin Geceleme Süreleri



İşletmecilere göre turistlerin %68,9'u özel araçlarıyla seyahat etmektedir. Özel araçları %9,4 ile otobüsle seyahat edenler ve %7,7 ile minibüs ve halk otobüsü ile seyahat edenler takip etmektedir. Bölgede acentalar aracılığı ile pazarlama yapan ve turist ağırlayan az sayıda konaklama işletmesi bulunmaktadır. Kandıra bölgesi Batı Karadeniz turları içerisinde bir uğrak yeridir. Kandıra'yı içine alan konaklamalı tur programlarına ihtiyaç bulunmaktadır. Kandıra'da kurulacak seyahat acentalarının desteklenmesi ve teşvik edilmesi faydalı olacaktır.

Grafik 57. Turistlerin Kandıra'ya Ulaşmada Kullandıkları Ulaşım Araçları



Tablo 14'de konaklama işletmesi sahip veya yöneticilerinin faaliyet yürüttükleri sektöre yönelik değerlendirmelerinin ortalamaları ve standart sapmalar yer almaktadır. Tablodan da

görüleceği üzere ifadelere katılım düzeyi olumluya yakın orta seviyededir. Turistik ortam açısından olumlu bir atmosferin bulunması ve lojistik avantajlar, işletmecilerin Kandıra için öne çıkardığı en önemli unsurlardır. En olumsuz görüş bildirilen ifade ise tamamlayıcı hizmet işletmelerinin sayılarının yeterliliği konusunda olmuştur. İşletme sahiplerinin şikâyet ettiği en önemli sorunlardan biri tamamlayıcı hizmet işletmesi yetersizliğidir. Kıyı bölgelerinde özellikle bankamatik, eczane, sağlık ocakları ve nitelikli yeme-içme tesisleri konusunda bir yetersizlik söz konusudur.

Tablo 14. Yönetici Görüşlerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

İFADELER	Ortalama	S. Sapma
Kandıra'da sektörümüze yönelik olumlu bir atmosfer bulunmaktadır.	3,46	1,29
Kandıra, iç ve dış pazardaki turistlerin ulaşımı açısından lojistik avantajlara sahiptir.	3,31	1,40
Kandıra'dan tedarik ettiğimiz hammadde, kalite açısından yeterlidir.	2,96	1,09
Bu sektörde üretim için Kandıra'daki hammadde maliyetleri uygundur.	2,90	1,27
Kandıra, üretimimiz için gerekli hammadde açısından yeterli kapasiteye sahiptir.	2,78	1,03
Üretimimiz için gerekli hammaddeyi Kandıra'da kolaylıkla bulabilmekteyiz.	2,78	1,09
İşletmemizin Kandıra'da faaliyet göstermesi, devlet teşvikleri açısından önemli avantajlar getirmektedir.	2,71	0,88
Bu sektörde yatırım yapmak için Kandıra'daki arazi fiyatları uygundur.	2,68	1,35
Kandıra'daki ulaşım altyapısı, hizmetlerimiz için uygundur.	2,65	1,33
Turizm sektörü ile ilgili tedarikçiler açısından Kandıra'da bir uzmanlaşma bulunmaktadır.	2,28	1,02
Hizmetlerimiz için Kandıra'da yeterli işgücü bulunmaktadır.	2,28	1,17
Kandıra'daki işçilik kalitesi, işletmemiz için bir avantajdır.	2,15	1,01
Kandıra'daki işçilik bilgi düzeyi, hizmetlerimiz için yeterlidir.	2,12	0,97
Kandıra'daki enerji altyapısı, hizmetlerimiz için yeterlidir.	2,06	1,13
Kandıra'da hizmetlerimizi destekleyecek yeterli tamamlayıcı hizmet işletmesi bulunmaktadır.	1,71	0,95

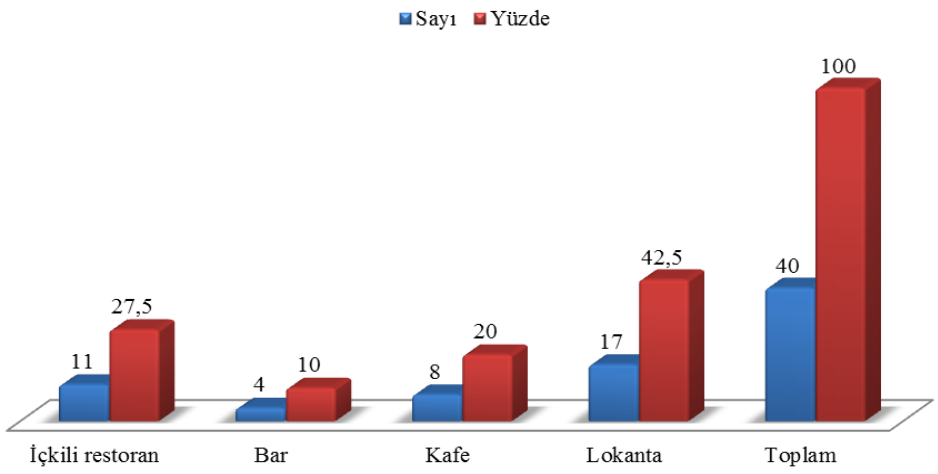
Not: 1 Kesinlikle katılmıyorum…….5 Kesinlikle katılıyorum

2.5.1 Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Kandıra Belediyesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen bilgilere göre 2014 Ağustos ayı itibari ile Kandıra ilçesi kıyı bölgesinde toplam 40 adet yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinin 17 tanesi lokanta, 11 tanesi içkili restoran 8 tanesi kafe ve 4 tanesi de bar niteliğindedir. İlçede turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmesi bulunmamaktadır.

İçkili restoranların 6 tanesi Kerpe'de bulunmaktadır. Bu anlamda Kerpe'de bir kümelenmenin bulunduğundan bahsetmek mümkündür. Mevcut bu işletmelerin 12 ay boyunca açık tutulduğu belirlenmiştir. Lokantalar açısından ise Kefken'de bir yoğunlaşma mevcuttur. 17 lokantanın 10 tanesi Kefken'de bulunmaktadır. Özellikle Cebeci bölgesinde yiyecek-içecek işletmesi anlamında önemli bir yetersizliğin bulunduğu belirlenmiştir.

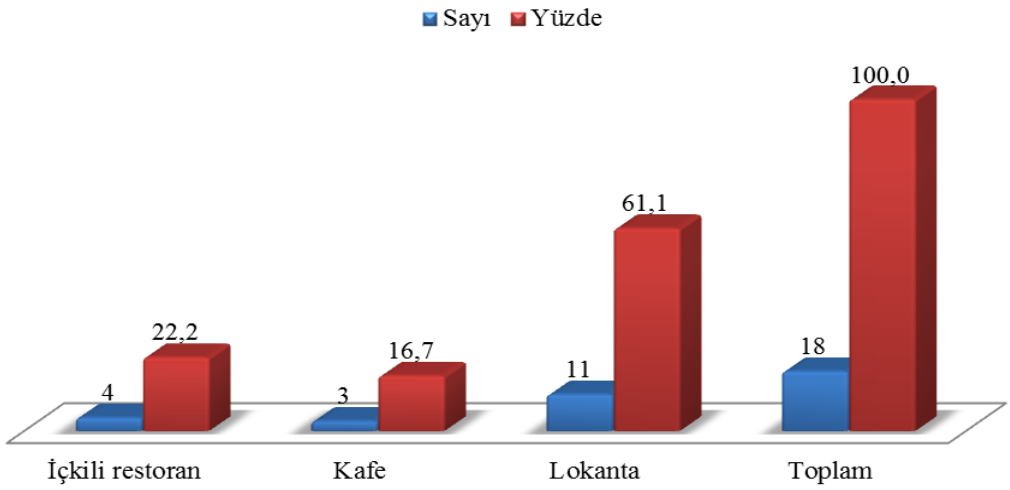
Grafik 58. Kandıra Kıyı Bandı Belediye Belgeli Yiyecek-İçecek İşletmeleri



Kandıra Belediye Başkanlığından alınan ve kıyı bölgelerinde bulunan 40 yiyecek-içecek işletmesinin 18'i ile görüşme yapılmış ve anket formu yardımıyla veriler toplanmıştır. Saha çalışmaları sırasında bazı işletmelerin sadece büfe olarak faaliyet gösterdikleri bazılarının ise

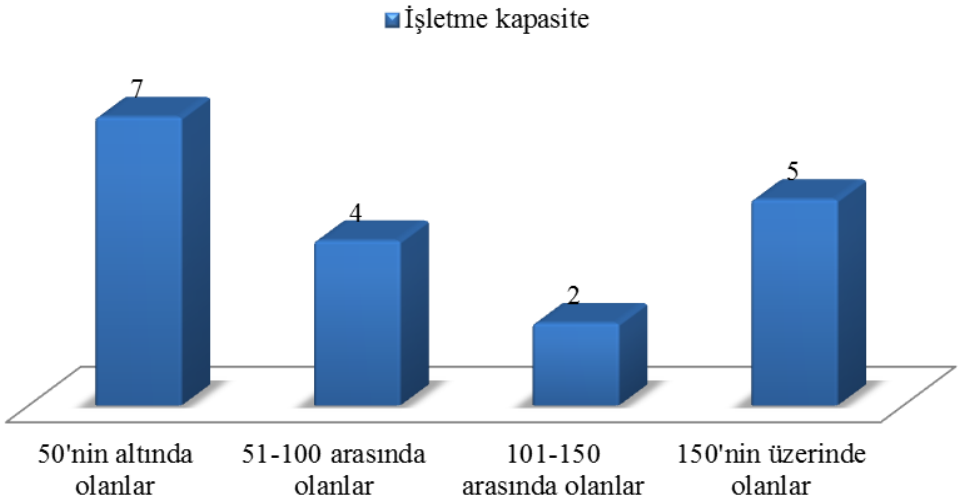
faaliyetlerine son verdikleri anlaşılmıştır. Hali hazırda Ağustos ayı içerisinde faaliyete devam eden 18 işletme ile görüşme yapılabilmiştir. Görüşme yapılan 18 yiyecek-içecek işletmesinin türlerine göre dağılımı aşağıdaki gibidir. Saha çalışmaları kapsamında 11 lokanta, 4 içkili restoran ve 3 kafe işletmesi ile görüşmeler yapılmış ve veriler toplanmıştır.

Grafik 59. Kandıra Kıyı Bandından Araştırmaya Katılan Yiyecek-İçecek İşletmeleri



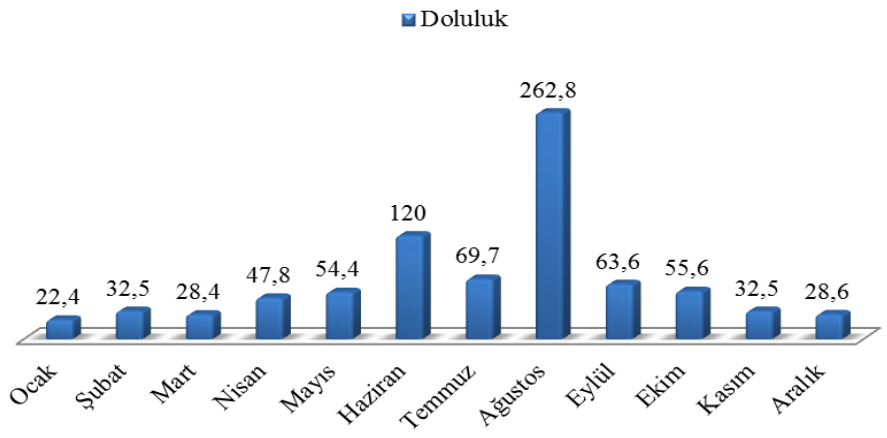
Yiyecek-içecek işletmelerinin oturma yeri kapasitesine göre dağılımına bakıldığında çoğunluğunun oturma kapasitesi 50'nin altında bulunmaktadır. 5 işletmede ise oturma kapasitesi 150'nin üzerindedir. Oturma kapasitesi 150'nin üstünde olan 3 kafe ve 2 de lokanta bulunmaktadır. 51-100 arasında oturma kapasitesine sahip olan 4 işletme ve 101-150 arasında kapasiteye sahip 2 işletme belirlenmiştir.

Grafik 60. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kapasiteleri



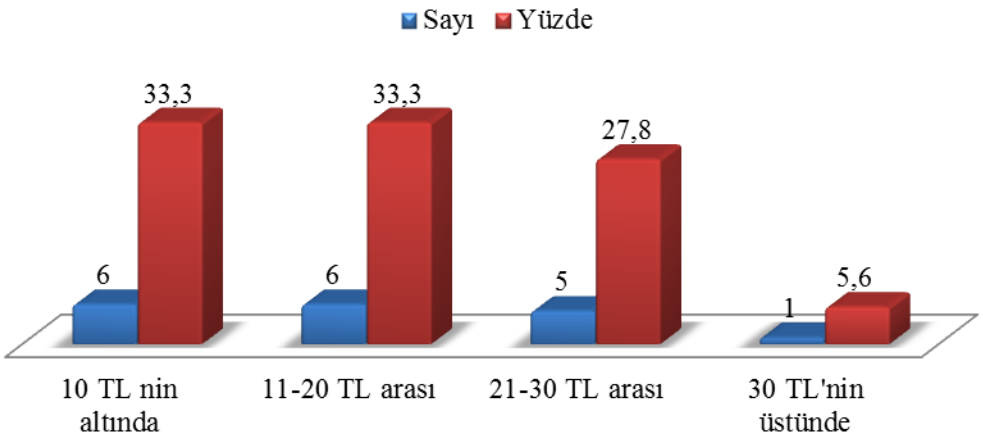
Grafik 61'de yiyecek-içecek işletmelerinin doluluk oranları görülmektedir. Grafikten de anlaşılacağı üzere Ağustos ve Haziran aylarında işletmelerde doluluk oranları %100'ün üzerine çıkmaktadır. Doluluk oranı hesabında işletmelerin oturma yeri ve günlük ağırladıkları müşteri sayıları dikkate alınmıştır. Bu çerçevede Haziran ve Ağustos aylarında işletmeler mevcut oturma kapasitesinin üzerinde müşteri ağırlamışlardır. 3 öğün servis veren işletmelerde bu tür kapasite üstü durumlar görülürken içkili restoranlarda doluluk en fazla %100 olabilmektedir.

Grafik 61. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Aylık Doluluk Oranları



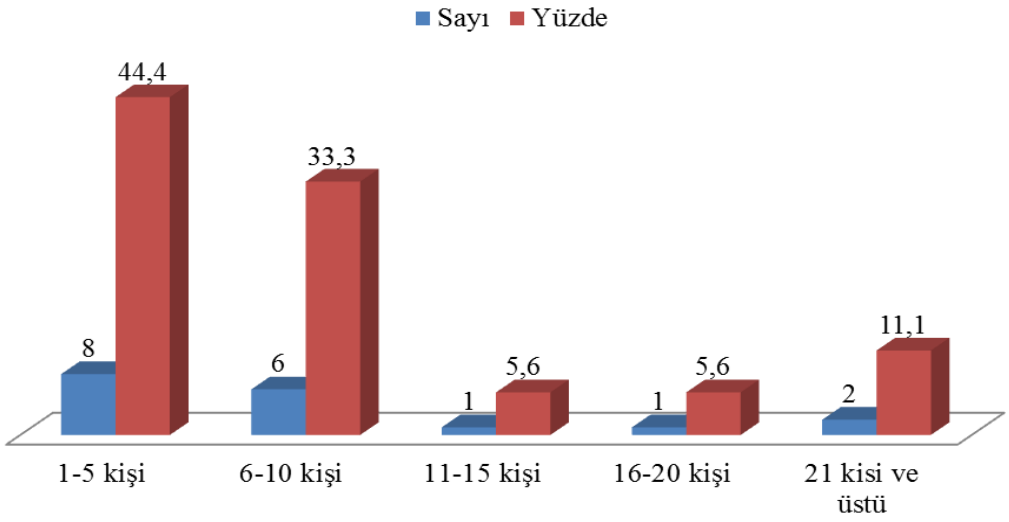
Grafik 62 'de yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet alan turistlerin ortalama harcamaları görülmektedir. Grafikten de anlaşılacağı üzere ortalama müşteri harcamaları oldukça düşük denilebilecek durumdadır. İşletmelerin %66,6'sında müşteri başına harcama 20TL'nin altındadır. 30TL'nin üstünde ortalama müşteri harcaması bulunan işletme sayısı sadece 1'dir.

Grafik 62. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Ortalama Müşteri Harcamaları



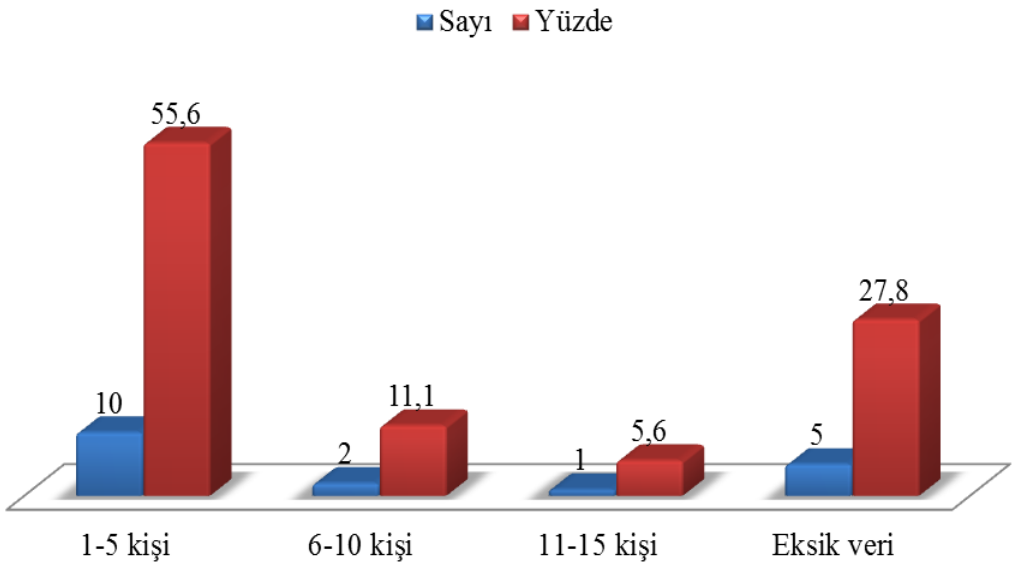
1-5 kişi arasında çalışanı bulunan 8, 6-10 kişi arasında çalışanı bulunan 8 işletme bulunmaktadır. Çalışan sayıları açısından bakıldığında işletmelerde önemli bir istihdam oranının bulunduğunu söylemek zordur. Birçok işletmenin aile üyelerinin katkısıyla faaliyetlerini sürdürdüğü anlaşılmaktadır.

Grafik 63. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Kadrolu Personel Sayıları



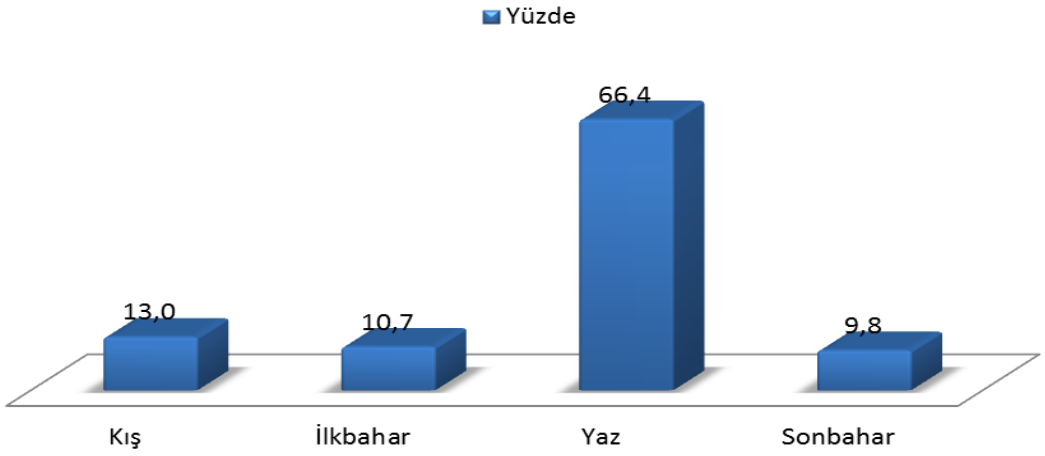
İşletmelerin geçici personel sayılarında da benzer bir durum söz konusudur. 5 işletmede geçici personelin bulunmadığı belirlenmiştir. Geçici personele sahip 13 işletmenin 10'unda 1-5 arasında geçici personelin bulunduğu görülmektedir.

Grafik 64. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Geçici Personel Sayıları



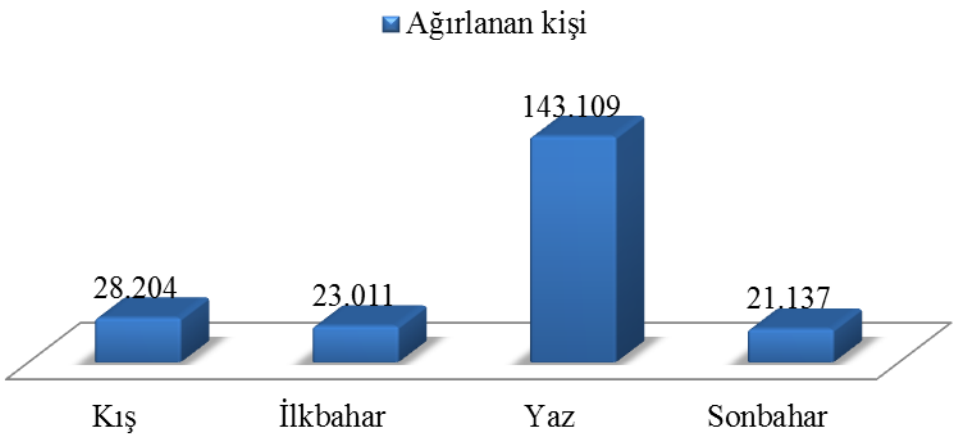
İşletmelerin elde ettikleri gelirin mevsimsel dağılımına bakıldığında gelirin %66,4'ünün yaz mevsiminde elde edildiği görülmektedir. Gelir açısından yaz mevsimi, konaklama işletmelerine benzer bir şekilde işletmelerin en yoğun olduğu mevsimdir. Yaz mevsiminden sonra %13 ile kış mevsiminin sıralandığı anlaşılmaktadır. Kış mevsimi özellikle balıkçıların bölgeye akın etmesi ile yiyecek–içecek işletmeleri açısından sezonun uzamasını sağlamaktadır. Kış aylarında açık olan işletme sayısının artırılması ile yiyecek-içecek açısından bir çekicilik oluşturulabileceği düşünülmektedir.

Grafik 65. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Gelir Dağılımı



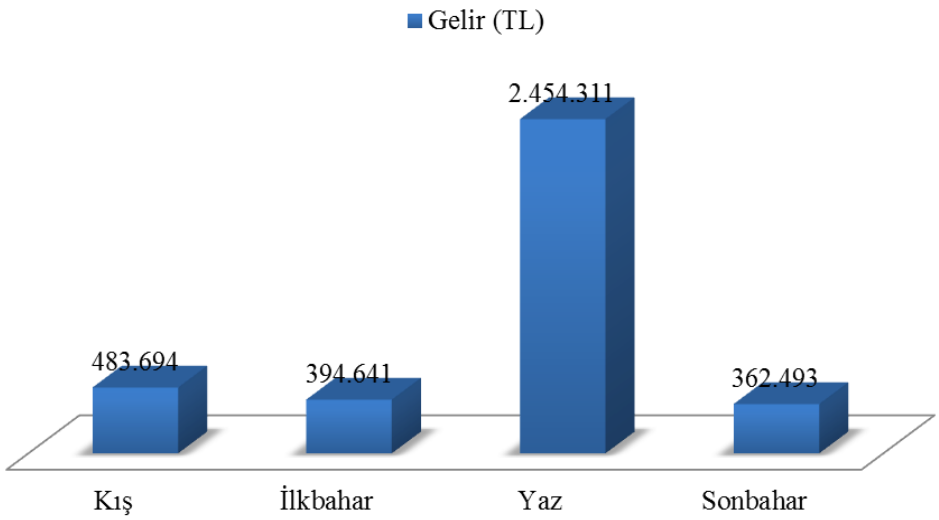
Doluluk oranlarından hareketle işletmelerin ağırladığı müşteri sayılarının mevsimsel dağılımı belirlenmiştir. Bu çerçevede yaz mevsiminde 143.109, Kış mevsiminde 28.204 müşterinin ağırlandığı belirlenmiştir. Tüm yıl dikkate alındığında 215 binin üzerinde bir müşteriye hizmet verildiği hesaplanmaktadır.

Grafik 66. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Müşteri Dağılımı



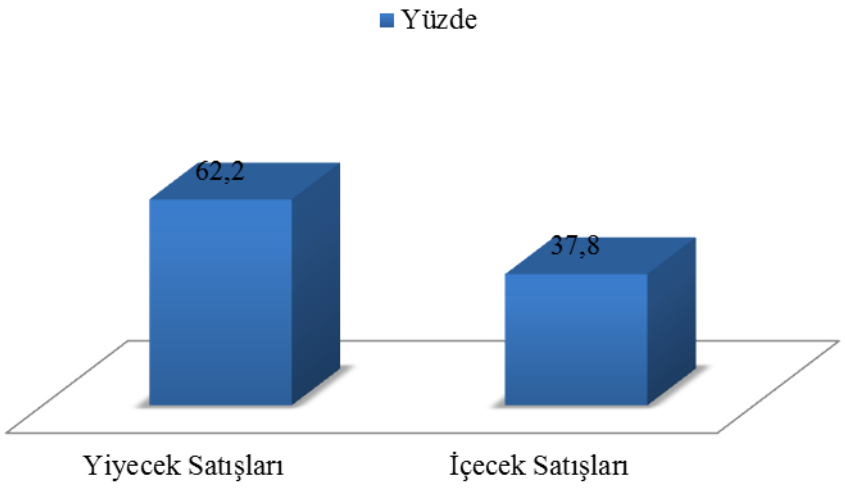
Ortalama müşteri başına harcamalar ve ağırlanan müşteriler dikkate alındığında yaz mevsiminde yiyecek-içecek işletmelerinin yaklaşık olarak 2 milyon beşyüz bin TL'lik bir gelir sağladığı düşünülmektedir. Kış mevsiminde 483 bin TL, ilkbaharda 394 bin TL ve sonbaharda 362 bin TL gelir elde edilmiştir. Yiyecek-içecek işletmelerinin yıllık cirosunun ise 3 milyon altı yüz doksan beş bin TL olarak hesaplanmaktadır.

Grafik 67. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Mevsimsel Geliri



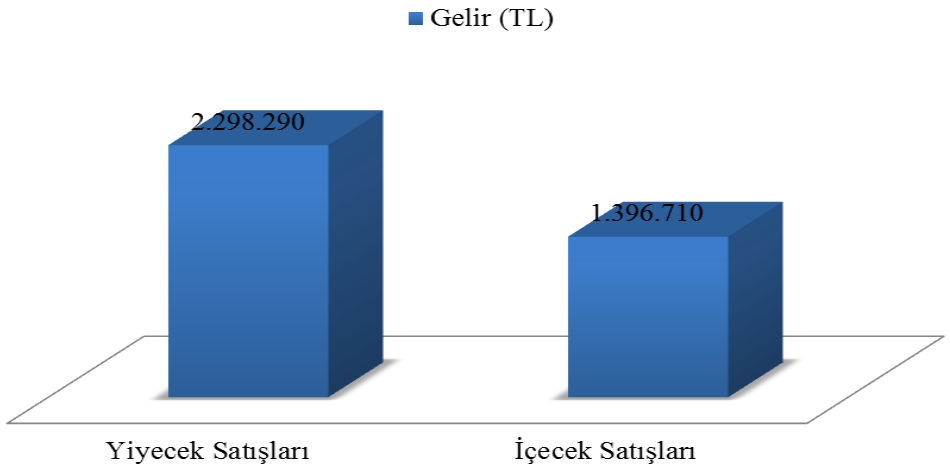
Yiyecek-içecek işletmelerinin elde ettikleri gelirin türlerine göre dağılımı grafik 68'te görülmektedir. Grafikten de görüldüğü üzere elde edilen gelirin %62,2'si yiyecek, %37,8'i ise içecek satışlarından elde edilmiştir. Bu çerçevede işletmelerin yiyecek ağırlıklı bir satış politikası izlediği değerlendirilmektedir.

Grafik 68. Yiyecek-İçecek İşletmeleri Gelirlerinin Türe göre Dağılım Yüzdesi



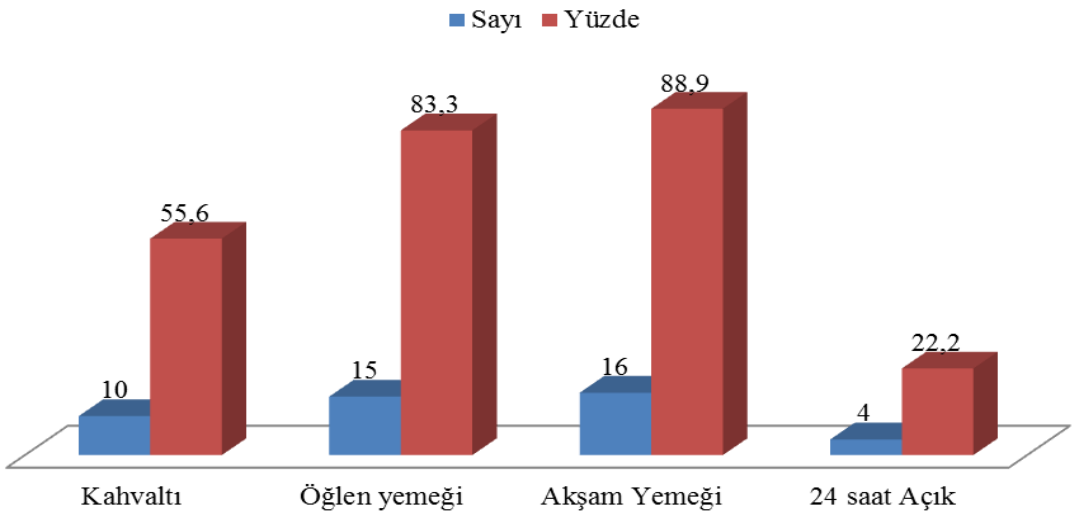
İşletmelerin elde ettikleri 3 milyon altı yüz doksan beş bin TL'nin 2 milyon iki yüz doksan sekiz bin TL'si yiyecek satışlarından 1 milyon üç yüz doksan altı bin yedi yüz on TL'si ise içecek satışlarından elde edilmiştir.

Grafik 69. Yiyecek-İçecek İşletmeleri Gelir Miktarının Türe göre Dağılımı



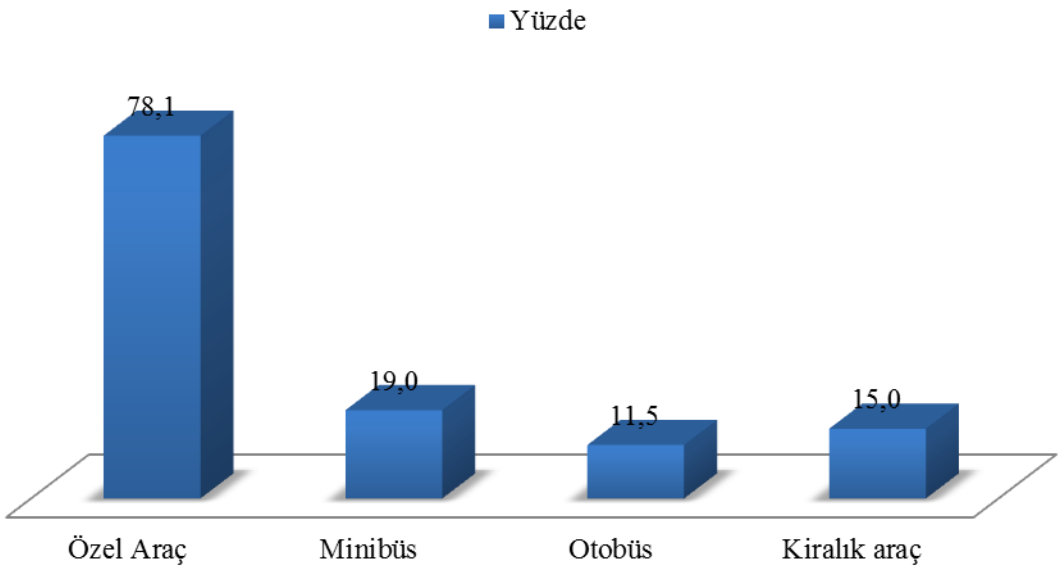
İşletmelerin hangi öğünlerde servis verdiği grafik 70'te görülmektedir. Araştırmaya katılan 18 işletmenin 16'sında akşam yemeği verilmektedir. Öğlen servis verilen işletme sayısı 15 kahvaltı servisi yapılan işletme sayısı ise 10 tanedir. 4 işletme ise 24 saat açık olarak hizmet vermektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle işletmelerin öğlen ve akşam yemeklerine yoğunlaştığı söylenebilir.

Grafik 70. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Açık Tutulduğu Öğünler



Aşağıdaki grafikte işletmelerin ağırladıkları müşterilerin kullandıkları ulaşım araçlarına göre dağılımı görülmektedir. Kandıra kıyı bölgelerindeki yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet alan müşterilerin %78,1'i bu bölgelere ulaşımda özel araçlarını kullanmaktadır. Minibüs ile ulaşım oranı %19, otobüs ile ulaşım %11,5'tir. Kiralık araç ile gelenlerin oranı ise %15 olarak belirlenmiştir. İstanbul'dan kıyı bölgelerine doğrudan otobüs ulaşımı bulunmasını işletmeler memnuniyetle karşıladıklarını belirtmişlerdir.

Grafik 71. Yiyecek-İçecek İşletmesi Müşterilerinin Kullandıkları Ulaşım Araçları



Araştırmaya katılan yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet verdikleri sektörle ilgili düşünceleri tablo 15'te görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere işletmeler, ulaşım altyapısı ve Kandıra'daki atmosferi sektörleri açısından olumlu olarak değerlendirmektedirler. Bunun yanında Kandıra'nın sahip olduğu lojistik avantajlar, hammadde kalitesi ve sağlanan teşvikler açısından da Kandıra işletmeler tarafından kısmen olumlu olarak değerlendirilmiştir. Tamamlayıcı işletmeler, enerji altyapısı ve işgücü açısından ise Kandıra, işletmeciler tarafından olumsuz olarak değerlendirilmiştir. İşletmeler özellikle hafta sonları yaşanan elektrik kesintilerinden ve tamamlayıcı hizmet işletmesi yetersizliğinden şikayet etmektedirler. İşletmeler otopark ve spor alanları, eczane, bankamatik ve sağlık hizmetleri konusunda önemli bir yetersizlik bulunduğunu ifade etmektedirler. Kalifiye işgücü yetersizliği de dile getirilen bir başka sorun olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 15. Yönetici Görüşlerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

	Ortalama	S.Sapma
Kandıra'daki ulaşım altyapısı, hizmetlerimiz için uygundur.	3,44	1,29
Kandıra'da sektörümüze yönelik olumlu bir atmosfer bulunmaktadır.	3,44	1,38
Kandıra, iç ve dış pazardaki turistlerin ulaşımı açısından lojistik avantajlara sahiptir.	3,06	1,47
İşletmemizin Kandıra'da faaliyet göstermesi, devlet teşvikleri açısından önemli avantajlar getirmektedir.	2,94	,80
Kandıra'dan tedarik ettiğimiz hammadde, kalite açısından yeterlidir.	2,94	1,39
Kandıra, üretimimiz için gerekli hammadde açısından yeterli kapasiteye sahiptir.	2,61	1,24
Üretimimiz için gerekli hammaddeyi Kandıra'da kolaylıkla bulabilmekteyiz.	2,50	1,20
Bu sektörde yatırım yapmak için Kandıra'daki arazi fiyatları uygundur.	2,44	1,25
Bu sektörde üretim için Kandıra'daki hammadde maliyetleri uygundur.	2,33	1,33
Turizm sektörü ile ilgili tedarikçiler açısından Kandıra'da bir uzmanlaşma bulunmaktadır.	2,22	1,00
Kandıra'daki işçilik bilgi düzeyi, hizmetlerimiz için yeterlidir.	2,11	1,28
Kandıra'daki işçilik kalitesi, işletmemiz için bir avantajdır.	2,06	1,21
Hizmetlerimiz için Kandıra'da yeterli işgücü bulunmaktadır.	2,00	1,33
Kandıra'daki enerji altyapısı, hizmetlerimiz için yeterlidir.	1,67	,84
Kandıra'da hizmetlerimizi destekleyecek yeterli tamamlayıcı hizmet işletmesi bulunmaktadır.	1,50	,92

Not: 1 Kesinlikle katılmıyorum…….5 Kesinlikle katılıyorum

2.6 KANDIRA TURİZMİNİN MEVCUT DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde Kandıra Turizminin mevcut durumunun değerlendirilmesi yapılmaktadır. Mevcut durumun değerlendirilmesinde esasında 4 farklı paydaş gruptan veri elde edinilmesi sağlanmıştır. Turizm işletmeleri olarak önemli bir paydaş olan konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

2.6.1 Kanaat Önderlerine Göre Kandıra Turizminin Mevcut Durumu

Bilgi almak ve görüşlerine başvurmak amacıyla görüşme yapılacak kişilerin seçimi Kandıra Belediyesi ile birlikte yapılmıştır. Bu çerçevede yerel kamu temsilcileri (belediye, kaymakamlık vb.), turizm ile ilgili dernekler, eski belediye başkanları, iş adamları ve stk temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde standart bilgiler elde edilebilmesi için bir görüşme formu kullanılmıştır. Bu görüşme formu ile Kandıra'da hangi bölgelerde hangi turizm türlerinin geliştirilebileceği, turizm ile ilgili altyapı ve üstyapı durumunun ne olduğu, tesis yeterliliği, turistlere karşı tutum ve davranışlar ve işgücünün mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yapılan görüşmeler çerçevesinde Kandıra'da turizm anlamında olumlu olarak değerlendirilebilecek hususlar şunlardır:

* İklim, hava kalitesi, doğal çevre, bitki ve hayvan çeşitliliği ve temiz su kaynakları açısından Kandıra yeterli bir destinasyondur.

* Kandıra'daki altyapı, güvenlik, turistlere karşı tutum ve davranışlar olumlu ve yeterlidir.

Tanıtım eksikliği, tesis yetersizliği, işgücü yetersizliği ve aktivite olanaklarındaki yetersizlik öncelikle vurgulanan ve en olumsuz olarak belirtilen konulardır. Kanaat önderlerinin bu hususlarla ilgili ifadelere verdikleri yanıtların ortalamaları 2'nin altındadır.

Tablo 16. Kanaat Önderlerinin Düşüncelerine Dayalı Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

İFADELER	ORT	S.S
Kandıra'da turizm faaliyetleri için doğal çevre uygundur.	4,85	0,38
Kandıra'daki hava kalitesi yeterlidir.	4,23	0,83
Kandıra'da yeterli temiz su kaynakları bulunmaktadır.	4,23	0,44
Kandıra'da turizm faaliyetleri için bitki ve hayvan çeşitliliği yeterlidir.	4,15	0,90
Kandıra turistik faaliyetler için uygun bir iklime sahiptir.	4,15	0,56
Turizm çeşitliliği açısından yeterli bir destinasyondur (kültür, av, eko turizm vb.).	3,69	1,11
Kandıra'da turistlere yönelik güvenli bir ortam bulunmaktadır.	3,62	0,96
Kandıra turizm açısından önemli bir markadır.	3,38	1,45
Kandıra'daki turistik alanlarda katı ve sıvı atık sistemi yeterlidir.	3,31	1,49
Turizm işletmesi çalışanlarının turistlere yönelik tutum ve davranışları iyidir.	3,31	1,11
Kandıra'da turistik çekiciliğe sahip önemli arkeolojik alanlar bulunmaktadır.	3,23	0,93
Kandıra'da korunmuş yerel kültürel özellikler bulunmaktadır.	3,08	1,32
Kandıra'da doğal yaşamın korunmasına dikkat edilmektedir.	3,00	1,29
Turizme yönelik planlama ve politikalar oluşturulmaktadır.	2,92	1,50
Yerli halkın turistlere karşı tutum ve davranışları olumludur.	2,85	1,28
Kandıra'da yeterli derecede alışveriş olanakları bulunmaktadır.	2,69	1,18
Turizm işletmelerinde farklı gruplara yönelik fiyat çeşitliliği bulunmaktadır.	2,69	1,18
Kandıra'da turistlere yönelik destek işletmelerinin sayısı yeterlidir (banka, bankamatik vb.)	2,62	1,39
Kandıra'nın turistik ve genel alt yapısı (su, drenaj, enerji, iletişim, yollar, otoparklar vb.) yeterlidir.	2,54	1,05
Kandıra'daki turistik alanlara ulaşım imkanları yeterlidir.	2,54	1,13
Yerel halkın turizm bilinci yeterli düzeydedir.	2,38	1,33
Kandıra'da turistlere yönelik yeterli sağlık imkanları (eczane, sağlık ocağı vb)bulunmaktadır.	2,38	1,39
Kandıra'daki turizm işletmelerinde temizlik ve hijyen standartları yeterlidir.	2,31	0,63
Kandıra'da turistik çekicilik sağlayan önemli festival ve şenlikler yapılmaktadır.	2,15	0,99
Kandıra'daki konaklama tesislerinin genel temizliği yeterlidir.	2,15	0,90
Kandıra'daki konaklama tesislerinin hizmet kalitesi yeterlidir.	2,08	0,86
Turistik bir destinasyon olarak Kandıra'nın tanıtımı yeterlidir.	2,00	1,23
Kandıra'daki konaklama tesisi ve restoranların sayısı yeterlidir.	1,92	1,19
Turizm işletmelerinde yeterli eğitimli personel çalışmaktadır	1,85	1,14
Kandıra'da turistik çekicilik sağlayan yapıların durumu iyidir.	1,77	0,60
Konaklama tesislerindeki aktivite olanakları yeterlidir.	1,38	0,51

Not: 1 Kesinlikle katılmıyorum…….5 Kesinlikle katılıyorum

2.6.2 Kandıra Turizm Talebi

Araştırmanın bu bölümünde Kandıra'daki mevcut turizm talebi değerlendirilecektir. Mevcut turizm talebinin değerlendirilmesi yapılırken literatür taraması ve mevcut istatistiklerden faydalanılmış aynı zamanda saha araştırmaları yapılarak turistlerin Kandıra hakkındaki değerlendirmeleri ve profilleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

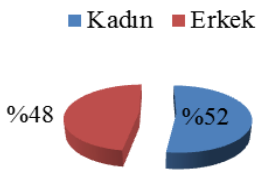
Kandıra'nın ağırlamış olduğu turist sayılarına yönelik ulaşılabilen en son istatistiki veriler 2011 yılına aittir. Bu verilere göre Kandıra 2011 yılında, 1.401 yabancı turist ağırlamıştır. Yerli turist sayısı ise 74.010 kişidir. Toplamda 75.441 turist ağırlanmıştır. Geceleme sayılarına bakıldığında yabancıların geceleme sayısı 4.021 iken yerli turistlerin geceleme sayılarının 98.746 olduğu görülmektedir. Yerli ve yabancı turist açısından ortalama gecelemeler dikkate alındığında ise yabancıların Kandıra'da ortalama olarak 2,9 gece, yerli turistlerin ise 1,3 gece konakladıkları anlaşılmaktadır. Yabancı geceleme ortalamaları yerliden oldukça fazladır. Kocaeli ilindeki ortalamalara bakıldığında ise Kandıra ortalamasının (2,9), Kocaeli ortalamasından (2,6) yüksek olduğu görülmektedir. Kandıra yerli turist geceleme ortalaması (1,3), Kocaeli ortalamasından (1,7) düşüktür. Türkiye ortalamalarına bakıldığında ise hem Kocaeli'nin hem de Kandıra'nın oldukça geride olduğu görülmektedir. Yabancı gecelemeleri 2013 yılında Türkiye genelinde ortalama 8,6 gecedir. Kandıra'nın Türkiye ortalamasının üçte biri kadar bir yabancı gecelemeye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ağırlanan yabancı turist sayısı bakımından ise Kandıra'nın oldukça düşük bir oranı bulunmaktadır. Kandıra'da yabancı turist yok denecek kadar azdır. Son yıllarda Arap ülkelerinden bir hareketlenme olsa da istenilen düzeyde olduğunu söylemek mümkün değildir. Yerli turist gecelemesinde de Kandıra Türkiye ortalamasının oldukça gerisindedir. Yerli turistlerin ortalama gecelemesi 7 gün iken bu oran Kandıra'da sadece 1,3'tür. Mevcut istatistiki veriler, Kandıra'nın ağırlanan turist sayısı ve geceleme açısından Türkiye'de oldukça gerilerde kaldığını göstermektedir.

Tablo 17. Kandıra Turist Verileri

	Kandıra	Kocaeli	Türkiye
Tesise Gelen Yabancı Turist Sayısı	1.401	52.574	39.226.226
Tesise Gelen Yerli Turist Sayısı	74.010	343.820	11.972.000
Tesise Gelen Toplam Turist Sayısı	**75.441**	**396.394**	**51.198.226**
Geceleme Sayısı (Yabancı)	4.021	137.082	337.345.546
Geceleme Sayısı (Yerli)	98.746	574.924	84.372.000
Geceleme Sayısı (Toplam)	**102.767**	**712.006**	**421.717.546**

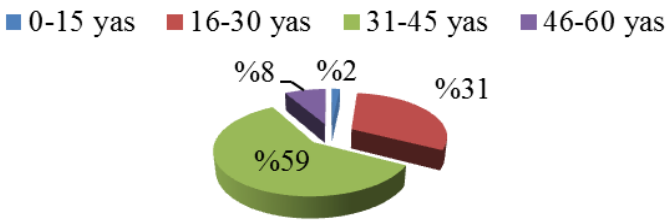
Kandıra kıyı bölgesindeki konaklama işletmelerinde geceleyen turistlere yönelik yapılan araştırmalardan elde edilen verilere göre araştırmaya katılanların %52'si kadın, %48'i erkektir. Veriler, Kerpe, Kefken ve Cebeci'de konaklayan turistlerden elde edilmiştir. Araştırmaya Kerpe'den 45, Cebeci ve Kefken'den 15'er turist katılmıştır.

Grafik 72. Araştırmaya Katılan Turistlerin Cinsiyete Göre Dağılımı



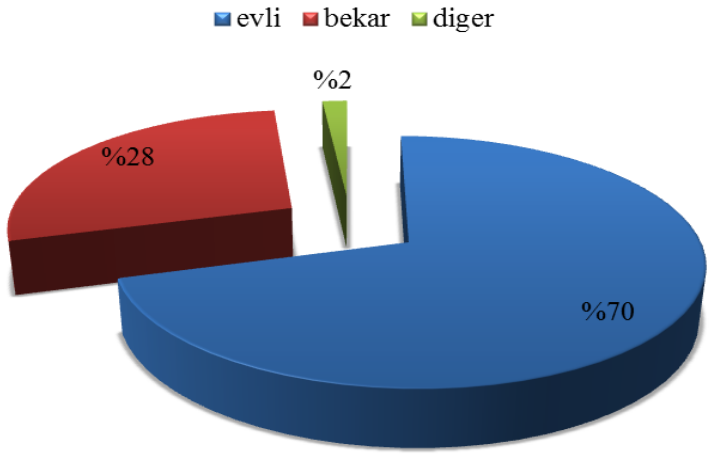
Araştırmaya katılanların yaş dağılımlarına bakıldığında büyük çoğunluğunun (%59) 31-45 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. 16-30 yaş arasında bulunanların oranı ise %31'dir. Kandıra'nın genç ve orta yaş ile çalışma hayatının içerisinde bulunan kesim tarafından tercih edilen bir turizm bölgesi olduğu değerlendirilmektedir.

Grafik 73. Araştırmaya Katılan Turistlerin Yaşlara Göre Dağılımı



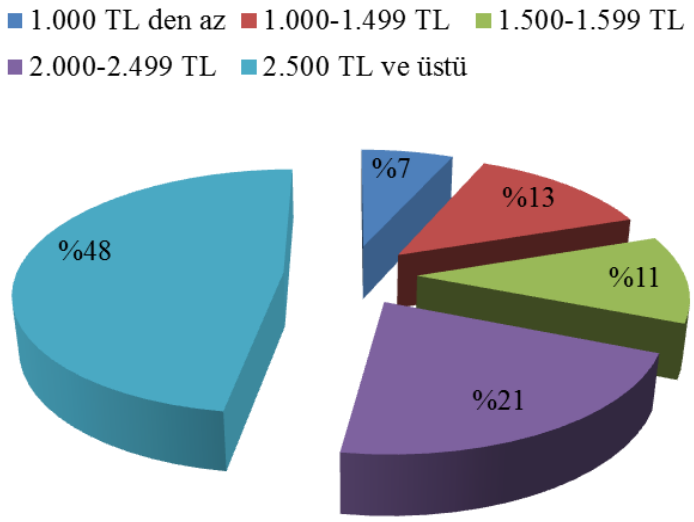
Grafik 74'te araştırmaya katılan turistlerin medeni durumlarına göre dağılımı görülmektedir. Grafikten de görüleceği üzere evli olanların oranı %70'tir. Kandıra, evli ailelerin öncelikli tercihi olan bir bölge olarak değerlendirilmektedir. Bekar olan turistlerin oranı ise %28 olarak belirlenmiştir.

Grafik 74. Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımı



Araştırmaya katılan turistlerin %48'i 2.500 TL ve üzerinde aylık gelire sahiptir. 2.000-2.499 TL arasında gelire sahip olanların oranı %21 olarak belirlenmiştir. Elde edilen veriler, Kandıra'da konaklama gerçekleştiren turistlerin önemli bir çoğunluğunun (%69) 2 bin TL'nin üzerinde bir gelire sahip olduğunu göstermektedir. Günübirlik ziyaretçilerin aksine, konaklama gerçekleştiren turistlerin gelir durumlarının nispeten daha iyi olduğu değerlendirilmektedir.

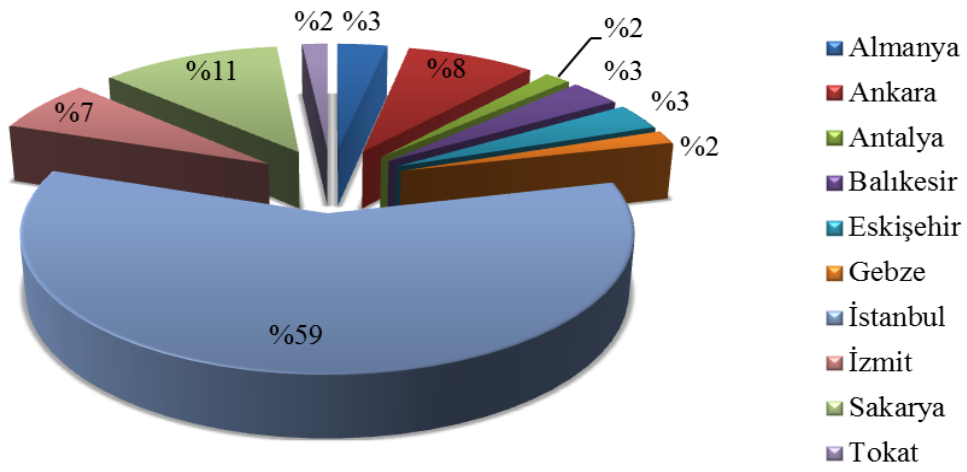
Grafik 75. Turistlerin Elde Ettikleri Aylık Gelire Göre Dağılımı



Gelen turistlerin yaşadıkları yer itibari ile dağılımına bakıldığında yakınlığın Kandıra için önemli bir tercih unsuru olduğu anlaşılmaktadır. Kandıra'ya gelen turistlerin %59'u

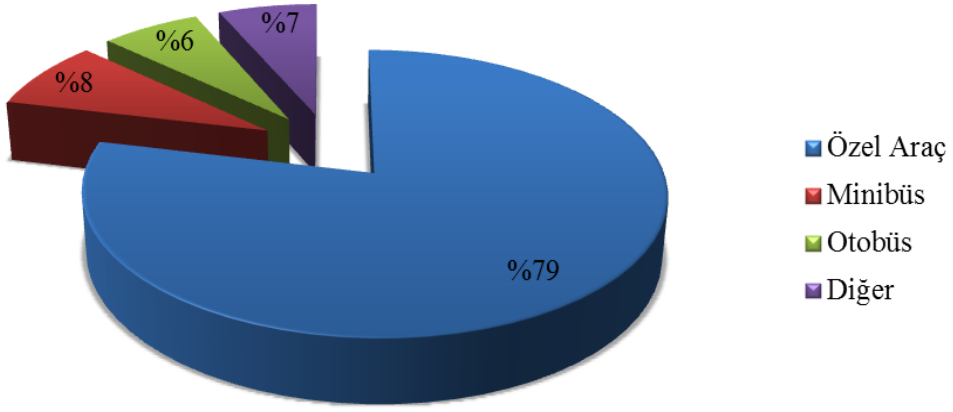
İstanbul'dan gelmektedir. İstanbul'u Sakarya takip etmektedir. İklimsel ve çevresel faktörlerin özellikle sıcak bölgelerdeki turistleri Kandıra'ya çeken önemli faktörler olduğu değerlendirilmektedir. Kandıra turizminin gelişimi ve elde ettiği geliri artırması adına tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bu hususun dikkate alınmasında fayda olacağı düşünülmektedir. Yakınlık, doğal çekicilikler ve iklim unsurları ön plana çıkarılarak özellikle İstanbul ve Akdeniz Bölgesi'nden daha fazla sayıda turist çekilebileceği düşünülmektedir.

Grafik 76. Turistlerin Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı



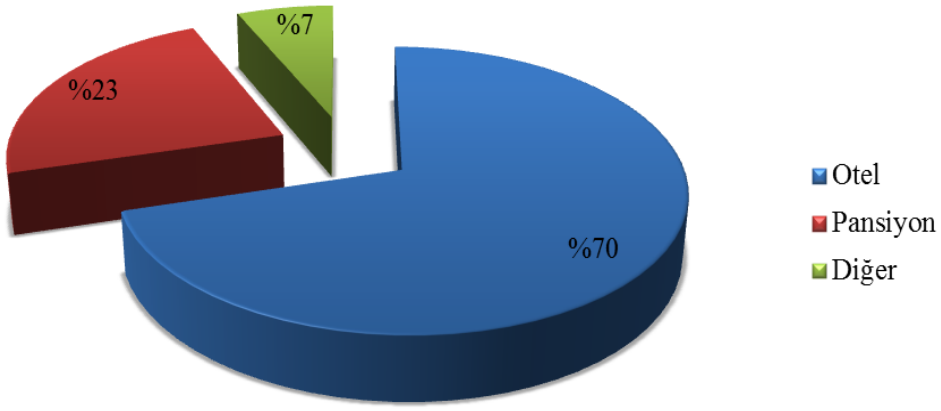
Konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin ifade ettiklerine benzer şekilde turistler de büyük oranda (%79) kendi özel araçlarıyla seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. Seyahat acentası aracılığı ile Kandıra'yı ziyaret eden turist oranı yok denecek kadar azdır. Acenta aracılığı ile seyahatin sadece bölgedeki tek turizm işletme belgeli konaklama tesisinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Özel aracın dışındaki diğer ulaşım kanallarının ise eşit oranlarda kullanıldığı görülmektedir.

Grafik 77. Turistlerin Kandıra'ya Ulaşım İçin Kullandıkları Ulaşım Araçları



Konaklamanın yapıldığı yer bakımından turistlerin dağımı grafik 78'de görülmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin %70'i otellerde konaklarken, %23'ü pansiyonlarda, %7'si ise diğer tesislerde konaklama gerçekleştirmektedir. Elde edilen veriler, konaklama kapasitesinin dağılımına benzer bir durumu göstermektedir.

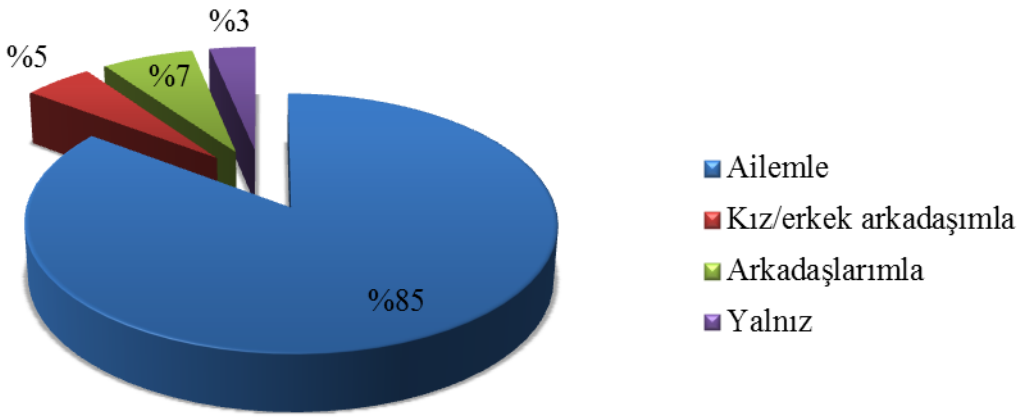
Grafik 78. Turistlerin Konakladıkları Yerlerin Dağılımı



Kandıra'nın bir aile destinasyonu olduğu grafik 79'dan anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan turistlerin %85'i Kandıra'yı aileleriyle ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Kandıra turizmine

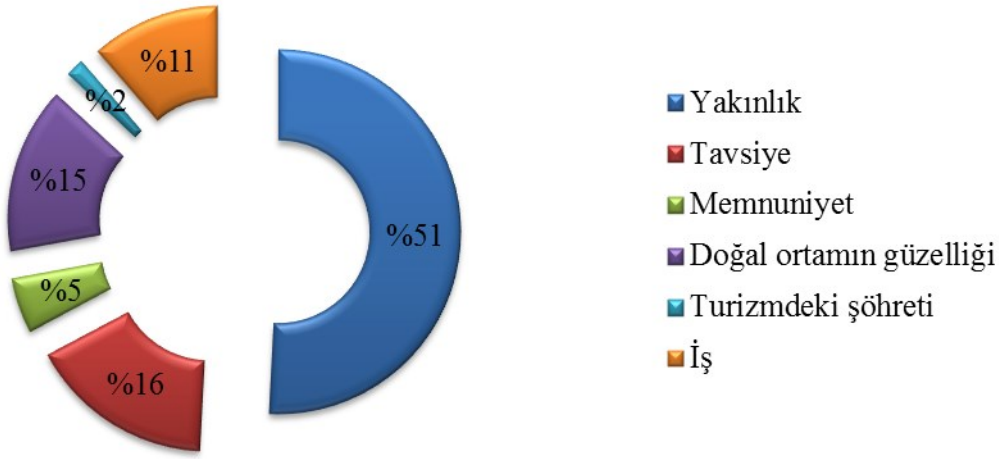
yön verenlerin Kandıra tanıtımında aileye uygun destinasyon imajını destekleyecek mesajlara yer vermelerinin başarılı sonuçlar ortaya çıkaracağı düşünülmektedir.

Grafik 79. Tatile Birlikte Çıkılan Gruplar



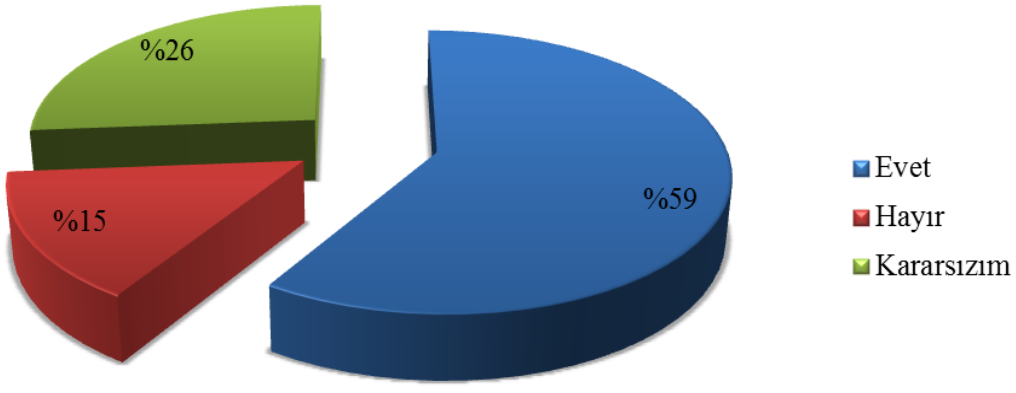
Turistlerin Kandıra tercihlerinde ön plana çıkan unsurlara bakıldığında yakınlık (%51), tavsiye (%16) ve doğal ortamın güzelliği (%15) ilk üç sırada yer almaktadır. Turistler için öncelikli tercih unsuru yakınlıktır. Kandıra'nın bu açıdan İstanbul gibi bir metropol şehire yakınlığı önemli bir rekabet üstünlüğüdür. Şehirleşmenin ve iş yaşamında yaşanan stresin insanlar üzerinde oluşturduğu baskı, kısa süreli tatil ve dinlenme ihtiyacını üst seviyeye çıkarmaktadır. Bu açıdan Kandıra İstanbullular açısından önemli bir destinasyondur.

Grafik 80. Turistlerin Kandıra'yı Tercih Nedenleri



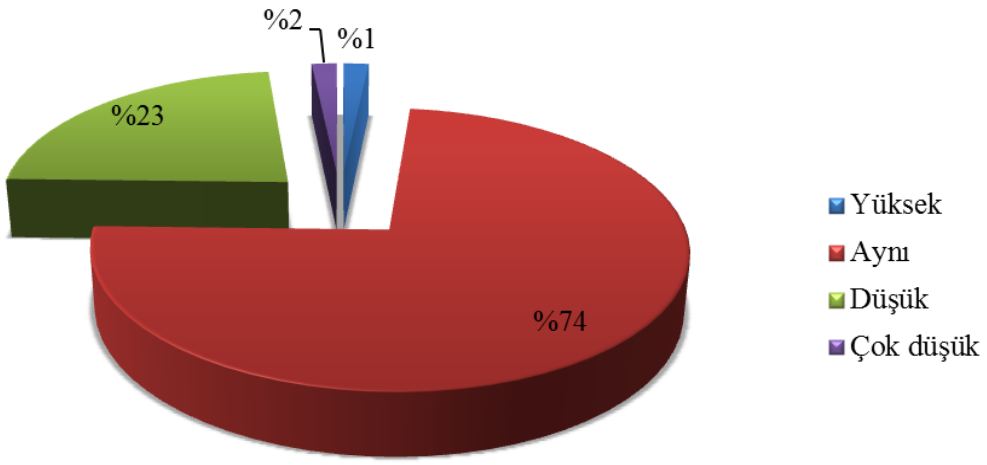
Araştırmaya katılan turistlerin çoğunluğu (%59) Kandıra'da tatil yapmanın uygun maliyetli olduğunu düşünmektedir. Tatil maliyetinin uygunluğu ile ilgili kararsız olanların oranı %26, olumsuz cevap verenlerin oranı ise %15 olarak belirlenmiştir. Özellikle kararsız olan ve hayır cevabı verenlerin bu düşüncelerine etki eden faktörlerin belirlenmesi ve varsa sorunların giderilmesi gerekmektedir. Turistlerin aldıkları hizmetin kalitesi ile ilgili değerlendirmeleri ödedikleri ücrete göre şekillenmektedir. Bu açıdan kararsız olan ve hayır cevabı verenlerin ödedikleri ücretin karşılığı olarak bekledikleri hizmeti alamadıkları söylenebilir.

Grafik 81. Turistlerin Kandıra'daki Tatil Maliyetinin Uygunluğuna Yönelik Düşünceleri



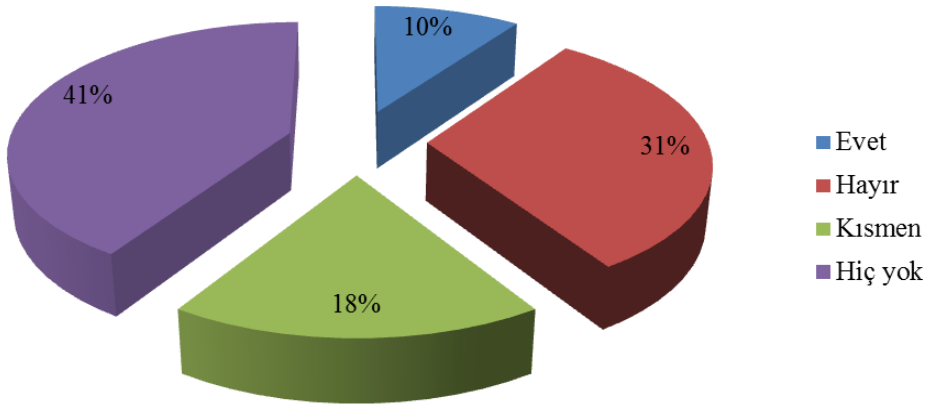
Kandıra'daki yiyecek-içecek maliyeti alternatifleriyle kıyaslandığında aynı olarak değerlendirilmektedir. Araştırmaya katılanların %74'ü Kandıra'daki yiyecek-içecek maliyetini alternatiflerle aynı bulmuşlardır. %25'lik bir turist grubu ise yiyecek-içecek maliyetini düşük ve çok düşük olarak değerlendirmiştir. Turistlerden elde edilen verilere göre Kandıra'nın uygun maliyetli bir tatil beldesi olarak algılandığını söylemek mümkündür.

Grafik 82. Yiyecek-İçecek Maliyetine Yönelik Turist Düşünceleri



Turistik bölgelerdeki önemli göstergelerden ve tamamlayıcı işletmelerden biri de hediyelik eşya işletmeleridir. Bu işletmelerin sundukları ürünlerin maliyetinin turistler tarafından nasıl değerlendirildiği öğrenilmek istenmiştir. Ancak elde edilen veriler, bu konudaki mevcut işletme sayısının yetersizliğini ortaya koymuştur. Turistlerin %41'i hediyelik eşya işletmesinin hiç bulunmadığını ifade etmişlerdir. Kandıra'da hediyelik eşya işletmesi bakımından önemli bir yetersizliğin sözkonusu olduğunu ve potansiyel yatırımcılar için bu konuda önemli fırsatların bulunduğunu söylemek mümkündür.

Grafik 83. Turistlerin Kandıra'daki Hediyelik Eşya Maliyetlerinin Uygunluğuna Yönelik Düşünceleri



Araştırmaya katılan turistler anket formundaki mevcut sorular dışındaki düşüncelerini yazarak da araştırmaya katkı vermişlerdir. Mevcut anket sorularının dışında turistlerin yazılı olarak belirttiği ve sorun yaşadıkları konular aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

* Yollar dar ve virajlıdır.
* Tamamlayıcı işletme sayısı yetersizdir (Kıyı bölgelerinde bankamatik, halı saha, eczane bulunmamaktadır).
* Ziyaret edilebilecek herhangi bir müze bulunmamaktadır.
* Yollardaki trafik yoğundur ve otopark alanları yetersizdir.
* Turizm işletmelerinde uygun niteliklerde personel bulunmamaktadır.
* Yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı ve niteliği yetersizdir.
* Alışveriş için çarşı ve hediyelik eşya işletmesi bulunmamaktadır.

Tablo 18'de turistlerin Kandıra turizmi ile ilgili ifadelere vermiş oldukları cevapların aritmetik ortalaması ve standart sapma değerleri görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere turistler Kandıra ve konaklama tesislerindeki aktivite imkanları konusunda önemli bir yetersizliğin bulunduğunu düşünmektedirler. Bunun yanında çocuklara yönelik aktivite imkanları, alışveriş imkanları ve konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi konusunda da bir yetersizlik bulunduğu düşünülmektedir. Turistlerin olumlu olarak değerlendirdikleri hususlar da bulunmaktadır. Kandıra'da turistler açısından güvenlik sorunu bulunmadığı ifade edilmiştir.

Konaklama tesislerindeki personelin, esnafın ve Kandıra halkının turistlere karşı tutum ve davranışlarının da turistler tarafından olumlu olarak değerlendirildiği belirlenmiştir.

Tablo 18. Turist Düşüncelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

İFADELER	Ort	S.sapma
Kandıra ve konaklama tesislerindeki aktivite imkânları yetersizdir.	4,16	0,86
Kandıra'da eğlence ve spor imkânları yetersizdir.	4,03	0,97
Kandıra'da güvenlik sorunu bulunmamaktadır.	3,56	1,15
Kandıra'da konaklama tesislerindeki personelin tutum ve davranışları iyidir.	3,56	1,04
Kandıra'da esnafın turistlere karşı tutum ve davranışları olumludur.	3,49	1,12
Genel olarak Kandıra'da olumlu bir atmosfer bulunmaktadır.	3,48	1,18
Kandıra'da yerli halkın turistlere karşı tutum ve davranışları olumludur.	3,38	1,17
Konaklama tesisindeki veya restoranlardaki yiyecek-içecek hizmetleri kalitelidir.	3,15	1,15
Konaklama tesisi ve restoranlarda yiyecek-içecek hizmet çeşitliliği yeterlidir.	3,11	1,21
Plajlardaki duş, wc. vb. alanların sayısı ve kapasitesi yeterlidir.	2,87	1,35
Plajlardaki duş, wc. vb. alanların temizliği yeterlidir.	2,84	1,31
Konaklama tesislerinin genel temizliği yeterlidir.	2,59	1,41
Kandıra turizmde önde gelen merkezlerden biridir.	2,59	1,17
Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi yeterlidir.	2,41	1,42
Kandıra'da çocuklara yönelik aktivite imkânları zengindir.	2,41	1,01
Kandıra'da alışveriş imkânları yeterlidir.	2,39	1,21

Not: 1 Kesinlikle katılmıyorum…….5 Kesinlikle katılıyorum

Turizm işletmelerinin en önemli girdilerinden biri de işçiliktir. Hizmet endüstrisindeki sektörlerde emek yoğun faaliyetler yürütülmektedir. Bu nedenle işçilik kalitesi, hizmet kalitesini büyük ölçüde etkilemektedir. Bölgede ortaöğretim ve önlisans düzeyindeki programlar, turizm işletmelerinin nitelikli eleman ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde değildir.

Tablo 19. Kandıra MYO'daki Programlar

Kandıra Meslek Yüksekokulu
Finans-bankacılık ve sigortacılık programı
Yönetim ve organizasyon programı
Pazarlama ve dış ticaret programı
Tekstil, giyim, ayakkabı ve deri programı

Kaynak: http://kandiramyo.kocaeli.edu.tr/ (30.08.2014)

Kandıra'nın acilen nitelikli eleman ihtiyacını karşılayacak turizm programlarının açılmasına ağırlık vermesi gerekmektedir. Bu ihtiyaç hem ortaöğretim düzeyinde hem de önlisans düzeyinde aciliyet taşımaktadır. Kurulacak olan Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde en az iki bölüm (konaklama ve seyahat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri) açılmalıdır. Bunun yanında liseden mezun olacak öğrencilerin geçiş yapabilmesi için Kandıra Meslek Yüksekokulu bünyesinde Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı kurulmalıdır. Lise döneminde uygulama becerisini kazandırılan öğrencilere meslek yüksekokulu eğitimleri sırasında staj da yaptırılmaktadır. Bu çalışmalar Kandıra'daki turizm işletmelerinde işçilik kalitesini önemli ölçüde artıracaktır.

2.6.3 Kandıra Turizmi'nin Rakip Destinasyonlar Açısından Durumu

Kandıra bölgesi sahip olduğu turistik çekicilikler açısından, Karadeniz kıyısındaki yabancı ülke şehirleri ile Sakarya ili kıyı bandındaki ilçeler, Düzce ili kıyı bandındaki ilçeler, İstanbul ili kıyı bandındaki ilçeler ve tüm Karadeniz kıyı bandı ile benzerlikler göstermektedir. Kandıra'nın farklı birçok turistik özelliği olsa da temel çekicilik faktörü denizdir. Dolayısı ile yukarıda sayılan merkezlerin Kandıra açısından benzer özellikler gösterdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Benzer özellikler gösteren bu destinasyonların içerisinde de özellikle İstanbul'un Karadeniz kıyısındaki ilçeleri, Sakarya'nın kıyı bandı ilçeleri ve Düzce ili kıyı bandı ilçeleri iç rakipler konumundadır.

Burgas ve Varna: Kandıra'nın yurt dışındaki en önemli rakiplerinden biri Burgas şehridir. Bulgaristan Ulusal İstatistik Enstitüsü (NSI) verilerine göre (2014) Burgas'ta 404 konaklama işletmesi bulunmaktadır. Burgas'ta 2013 yılında 208.610 yabancı turist ağırlanmış ve 1.200.000 geceleme gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede ortalama 5,8 geceleme sağlanmıştır. Bu oran Kandıra'nın yaklaşık 5 katıdır. Yabancı misafir sayısı bakımından ise Burgas, Kandıra'nın ağırladığı yabancı turist sayısının yaklaşık 200 katı yabancı turist ağırlamıştır. Bulgaristan'daki ikinci en önemli destinasyon ise Varna'dır. Ulusal İstatistik Enstitüsü verilerine göre (2013)Varna'da 289 konaklama tesisinde 163.000 turist ağırlanmıştır.

Köstence: Kandıra'ya benzer turistik çekiciliklere sahip bir başka destinasyon Köstence'dir. Romanya Resmi Turist Ofisi'ne göre (2014) Köstence'de 27 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. 2013 yılında 1,32 milyon yabancı turist ağırlayan Romanya'da Köstence'ye 436.500 yabancı turist gelmiştir.

Odessa, Sivastopol ve Yalta: Önemli turizm şehirlerine sahip Ukrayna'da 2012 yılında 23 milyon yabancı turist ağırlanmıştır. İller bazında istatistiki veriler elde edilememesine rağmen Ukrayna'nın en çok turist çeken illeri olarak Odessa, Sivastopol ve Yalta sayılmaktadır.

Batum: Batum Resmi Turizm Ofisi'ne göre (gobatumi.com) Gürcistan'ın en önemli turizm şehirlerinden birisi olan Batum'da 2012 yılı itibariyle 10.955 yatak kapasitesi bulunmaktadır. 2012 yılında Batum'da çoğunluğu Türkiye'den olmak üzere 393.617 yabancı turist ağırlanmıştır. 2013 yılında Gürcistan'ın ağırladığı toplam yabancı turist sayısı ise 3.587.312'dir. Ağırlanan yabancı turistlerin 1.113.387'si Türk'tür (http://stats.georgia.travel/).

Amasra: Bartın ili Turizm Eylem Planı (2010)'na göre Amasra'da 3 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisinde 320 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Belediye belgeli 13 otelde ise yatak kapasitesi 1.039'dur. 18 pansiyondaki yatak kapasitesi ise 306'dır. Toplamda

Amasra'nın yatak kapasitesi 1.665'e ulaşmaktadır. Amasra'daki turizm işletme belgeli yeme-içme tesisi sayısı ise 12'dir. Bu işletmelerdeki oturma kapasitesi 1.700'dir. Amasra'da turizm işletme belgeli 3 adet de eğlence tesisi bulunmaktadır. Amasra'da bulunan 1 adet müzeyi 2011 yılında 1.828 kişi ziyaret etmiştir.

Akçakoca: Düzce ilini 2013 yılında 218.861 kişi ziyaret etmiştir. Bunların 209.433'ü yerli, 9.428'i yabancı turisttir. Düzce ili içerisinde Kandıra'nın en önemli rakibi Akçakoca'dır. 2011 yılı verilerine göre Akçakoca 1.510 yabancı 40.780 yerli turist ağırlamıştır. İlçede 4 turizm işletme belgeli, 24 belediye belgeli konaklama tesisinde 1.319 yatak kapasitesi bulunmaktadır. İlçede 1 adet de seyahat acentası bulunmaktadır (Sayılarla Doğu Marmara Turizmi, 2011). Akçakoca'da turistlerin ortalama kalış süresi ise 1,7 gündür.

Karasu: Karasu'ya yönelik hazırlanan Karasu'nun Genel Durum Değerlendirmesi ve SWOT Analizi Raporu (2011) Karasu'nun üstün yanları ve fırsatlar anlamında Kandıra'dakine benzer özelliklerden bahsetmektedir. Dolayısı ile Karasu ilçesi mevcut durum açısından Kandıra'nın en önemli rakiplerinden biri konumundadır. 12 otel ve 23 pansiyonun bulunduğu Karasu ilçesi turistik arz açısından da Kandıra ile benzer özellikler göstermektedir.

2.7 KANDIRA TURİZMİ SWOT ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra Turizmine yönelik SWOT analizine yer verilmektedir. Yapılan SWOT Analizi ile Kandıra'nın turizm alanındaki güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulmakta, gelecekte Kandıra lehine oluşabilecek fırsatlar ve Kandıra'nın turizm alanında karşılaşabileceği tehditler belirlenmektedir. Literatür taraması, paydaş görüşmeleri ve odak grup toplantısı sonucunda Kandıra'nın SWOT Analizinin aşağıdaki gibi belirlenebileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 20. Kandıra Turizmine Yönelik SWOT Analizi

Kandıra Turizmine ait SWOT Analizi	
Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
* Tarihsel geçmişi * İç ve dış pazar için lojistik avantajların bulunması * Turizm sektörüne yönelik olumlu atmosfer * Kamuda turizm desteği * Turistlere sağlanan güvenli ortam * Kandıra halkı ve esnafın olumlu tutumu * Eko turizm için doğal kaynaklar ve bozulmamış doğal çevre * Turistler tarafından tavsiye edilme oranının yüksek olması * Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde yer alması ve güçlü belediyecilik desteği * Paydaşlar arasındaki işbirliğinin gelişmiş olması	* Turistik ürün paketi oluşturamama, tanıtım ve pazarlama eksikliği * Mevsimsel ve aylık talep dalgalanması * Nitelikli turistik işletme yetersizliği * İşgücü yetersizliği * Tamamlayıcı hizmet işletmesi yetersizliği * Elektrik kesintilerinin yaşanması * Trafik ve otopark sorunları * İşletmelerde ve Kandıra'da turistlere yönelik aktivite yetersizliği * Dar ve virajlı yolların bulunması * Turizm bilgilendirme ofisinin bulunmaması * Hafta sonu tatillerinde taşıma kapasitesi sorunlarının yaşanması * Gastronomik zenginliklerin yeterince değerlendirilememesi * İmar ile ilgili sorunların çözülememiş olması * Nitelikli işgücü yetiştirecek eğitim kurumlarının bulunmaması

Fırsatlar	Tehditler
* Bölgenin farklı turistik aktivitelere olanak vermesi * Ekoturizmin giderek daha popüler olması * Ekoturizm anlamında bozulmamış doğal çevre gibi güçlü bir ürünü olması * Turizmle ilgili MARKA başta olmak üzere birçok kurum tarafından yapılan projeler, uygulamalar ve sağlanan teşviklerin bulunması * Yerel yönetimlerin turizm çalışmalarına yönelik ilgisi * KTKGB olmadan kaynaklanan yatırım teşvikleri ve destekler (Tema kültür+Doğa) * Bölge halkının turizme yönelik olumlu tutumu * Başarıya ulaşmış alternatif konaklama tesislerinin bulunması	* Bölge imajının ucuz ve günübirlik tatil yeri olarak yerleşmesi * Turizm alanlarında çevre bozulmaları * Bilinçsiz yapılaşma * Bilinçsiz tarım ve hayvancılık faaliyetleri * Doğal çekiciliklere sahip alanlarda yapılan tahribat * Ekoturizm mimarisi geliştirememe * Benzer turistik ürünler sunan birçok farklı bölgenin bulunması * Kontrolsüz alanlarda yaşanan katı atık sorunları ve çevre tahribatı * Deniz odaklı turizm anlayışının yerleşmiş olması * Yoğun ev pansiyonculuğu faaliyetinin bulunması * Acentacılık faaliyetlerinin gelişmemiş olması

Kandıra turizminin geliştirilmesine yönelik stratejik kararlar;

* Nitelikli turistik işletme sayısını artırmak (Potansiyel girişimcilere yönelik yatırım rehberleri hazırlamak ve destekte bulunmak)
* Nitelikli işgücü sağlamaya yönelik eğitim kurumları kurmak ve programlar açmak
* Tamamlayıcı hizmet işletmelerinin sayısını artırmak
* Turizm alanlarındaki altyapı eksikliğini gidermek
* Her mevsim turistik talep için yurtiçi ve yurt dışı tanıtım çalışmalarına ağırlık vermek
* Özel ilgiye yönelik zengin içerikli turlar planlamak (Bölgede yapılabilecek turizm türleri ile ilgili fizibilite çalışmaları yapmak)
* Gastronomik zenginliklerin yaşatılmasını sağlamak
* Yasal mevzuat ile ilgili sorunların çözümünü sağlamak
* Turizm faaliyetlerinin koordinasyonu ve sağlıklı veriler için yerel bir ofis kurmak
* Bölgede seyahat acentacılığı faaliyetlerinin oluşmasına destek vermek
* Kıyı bölgelerinde etkin bir çevre yönetim sistemi kurmak
* Bölge halkının turizm ve özellikle de ekoturizm faaliyetlerine katılımını sağlamak
* Ekoturizm alanlarının korunması için işletmecilere ve yerel halka eğitimler vermek

3. KANDIRA TURİZMİ İÇİN GELİŞME EĞİLİMLERİ

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra Turizminin gelişimi için dünyadaki eğilimlerden hareketle turizm pazarlaması kapsamında yapılması gerekenler, gelecekle ilgili öngörüler ve sınırlılıklara yer verilmektedir.

3.1 TURİZM PAZARLAMASI KAPSAMINDAKİ DEĞERLENDİRMELER

Kandıra'nın hali hazırdaki mevcut turizm arz kaynakları, tıpkı Türkiye gibi ucuz ülke ve destinasyon olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır. Hali hazırdaki konaklama işletmelerinin sayısı, kapasitesi ve nitelikleri bu algıya uygun yapıdadır. Konaklama işletmelerinin mevcut günlük kapasitesi 1.690 kişidir. Bu kapasite Kandıra'nın bir destinasyon olarak kabul edilmesi ve talep görmesi açısından oldukça yetersizdir. Mevcut tesislerin önemli bir kısmının pansiyonlardan oluşması da ucuz destinasyon imajını güçlendirmektedir. İlçenin turizm anlamındaki tanıtımında turistik gelirin artırılması ana hedefine odaklanılmadığı görülmektedir. Her yıl EMITT (Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı) gibi turizm profesyonellerinin buluştuğu bir fuarda Kandıra ile ilgili herhangi bir tur veya oda satışının gerçekleştirilemediği görülmektedir. 2013 yılında katılım sağlanan fuarda Kandıra, hindi, yoğurt, peynir ve Kandıra Bezi ile tanıtılmış ve ziyaretçilere Kandıra'nın yerel değerleriyle ilgili kitapçıklar dağıtılmıştır. Yapılan çalışmaların Kandıra'nın bilinirliği ve tanıtımına katkı sunduğu çok açıktır. Ancak Kandıra açısından hedef kitle sayılacak ve konaklama gerçekleştirecek gruplara yönelik başarılı bir çalışma olduğunu söylemek mümkün değildir.

Kandıra Turizm Master Planı saha çalışmaları sırasında Kandıra'nın tanıtım ögeleri olarak sunulan değerlerinin bir turistik ürün haline dönüşemediği görülmüştür. Ön plana çıkarılan her ürün için Kandıra'da müze, örnek çiftlik, örnek atölye, yerel ürünler sunan restoranlar vb. gereklidir. Ancak Kandıra'da bu konuda herhangi bir tesisin bulunmadığı belirlenmiştir. Tanıtımı yapılarak bilinirliği artırılmış ürünler için Kandıra'da mutlaka destekleyici işletmelerin kurulması gerekmektedir. Gastronomik çekiciliklerin tescilleri yaptırılmalı ve bu ürünler mutlaka nitelikli restoranların menülerinde yer almalıdır. Özellikle Kandıra Bezi ile ilgili üretim ve satış üniteleri kurulmalı ve bu işletmeler desteklenmelidir.

Bölgesel olarak turizm değerlerinin ve işletmelerin tanıtıldığı görsel çekiciliği ve işlevselliği yüksek bir web sitesi, facebook ve twitter hesabı oluşturulmalıdır. Bu web sitesi üzerinden bölgedeki turizm işletmelerinin tanıtımı yapılmalı ve turistlerin rezervasyon yapabilmesi sağlanmalıdır. Kandıra'daki kamu kurumlarının tüm antetli kağıtlarında ve yazışmalarında bu

web sitesine yer verilmeli ve görünürlüğü sağlanmalıdır. Hazırlanacak olan bu web sitesinin özellikle Arapça ve İngilizce dilinde de hizmet vermesi sağlanmalıdır. Web sitesinin yürütülmesi yerel yönetimler aracılığı ile yapılmalı ve tüm turizm işletmelerinin bu sisteme dahil olması sağlanmalıdır. Bu site işletmeler açısından aynı zamanda bir sanal seyahat acentası gibi işlev görmelidir.

Kandıra merkezde ve kıyı bölgelerinde dışarıdan gelen turistlerin kolay ulaşabileceği yerlerde turizm bilgilendirme merkezleri kurulmalıdır. Bu merkezler aracılığı ile turistlere Kandıra ile ilgili ilk elden ve sağlıklı bilgiler aktarılmalı ve turistlerin yaşadıkları sorunların çözümüne yardımcı olunmalıdır. Bu merkezler aynı zamanda Kandıra'yı ziyaret eden turistlerle ilgili istatistiki verilerin tutulmasına yardımcı olmalıdır.

Kandıra açısından turizm pazarlaması anlamındaki en önemli eksikliklerden biri turistlerin katılabilecekleri aktivitelerin yetersizliğidir. Hali hazırdaki haliyle Kandıra'nın en önemli çekiciliği sahiller ve denizdir. Karadeniz Bölgesi iklimi nedeniyle oluşabilecek yağışlı günlerde turistlerin katılabilecekleri herhangi bir aktivite bulunmamakta ve turistler konakladıkları yerlerden erken ayrılarak evlerine dönmektedirler. Bu durumun engellenmesi ve aktivite zenginliği için Kandıra'da turistler için alternatif turlar planlanmalı ve işletmeler gelişene kadar yerel yönetimler aracılığı ile bu faaliyetler desteklenmelidir. Bu kapsamda misafirler için köy ziyaretleri, şelale ve göl ziyaretleri, gastronomi turları gibi organizasyonlar düzenlenebilir.

Pazarlamanın önemli ayaklarından biri dağıtım kanallarıdır. Toptancı tur operatörleri ve perakendeci seyahat acentalarına yönelik tanıtım ve pazarlama organizasyonları yapılmalı ve yerel seyahat acentalarının kurulması ve gelişimi sağlanmalıdır. Yurtiçi ve yurtdışındaki tur operatörleri ve seyahat acentaları Kandıra'ya davet edilerek Kandıra ile ilgili tanıtım programları yapılmalı ve bölgenin potansiyeli ilgili işletmelere aktarılmalıdır. Yapılacak bu faaliyetler neticesinde Kandıra'nın acentaların konaklamalı tur programlarına girmesi sağlanmalıdır. Böylelikle Kandıra'daki konaklama sürelerinin uzatılması ve elde edilen gelirlerin artırılması mümkün olacaktır.

3.2 KANDIRA TURİZMİ İLE İLGİLİ GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

Kandıra turizminin geleceği açısından kritik öneme sahip birkaç konu bulunmaktadır. Bu konulardan biri Kandıra için belirlenmiş olan Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilanıdır. Kandıra kıyı bölgesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 08.12.2006 yılında yayınlanan 26370 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilmiş durumdadır. Bu çerçevede Kandıra Turizmi bu bölgeler için belirlenmiş yasal çerçeve ve mevzuat hükümlerine tabidir. Hazırlanacak olan ölçekli planlar ile gelecekte Kandıra Kıyı Bölgesi'nde sağlıklı bir yapılaşmanın bulunacağını söylemek mümkündür. Ekonomi Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu teşvik sistemine göre Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri Bölgesel Teşvik Sistemine göre 5. Bölge teşviklerinden faydalanmaktadır. Bu durum turizm yatırımcıları açısından bölgeyi önemli bir cazibe merkezi yapacaktır. Kocaeli'nin Bölgesel Teşvik Sistemi'nde 1. Bölgede yer almasına rağmen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'nin 5. Bölge desteklerinden yararlanması yatırımcıların dikkatlerinin bu bölgeye yönelmesini sağlayacak ve kısa zamanda bölgedeki nitelikli turizm işletmelerinin sayısında hızlı bir artış sağlanmış olacaktır. Bu artış ile birlikte bölgeye yönelen turistik talep çeşitlenecek ve elde edilen turizm gelirlerinde önemli bir artış sağlanmış olacaktır.

Kandıra Turizmini etkileyecek bir başka önemli faktör doğal çekiciliklerdir. Metropol şehirlere yakın ancak bozulmamış doğal çevre imkanları sunan Kandıra, alternatif ve doğayla iç içe bir tatil yaşamak isteyen kişilerin tercih mekanı olacaktır. Hali hazırda Kandıra'da bu temayla hizmet veren konaklama işletmesine yurtdışından ve İstanbul'dan önemli bir turistik talep oluşmuş durumdadır. Gelecekte buna benzer tesislerin sayısının hızla artacağı öngörülmektedir. Kandıra'da tarım ve hayvancılık faaliyetleri ana gelir kaynaklarından biridir. Turizm faaliyetlerinin gelişmesine paralel olarak tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin de turizme entegre olacağı ve kırsal turizm faaliyetlerinin gelişeceği düşünülmektedir.

Gelecek yıllarda ulaşım imkanlarının gelişmesi, yeni plajların kullanıma açılması ve altyapı eksikliklerinin giderilmesiyle bölgeye yönelecek günübirlikçilerin sayısında çok daha hızlı bir artış olacağı değerlendirilmektedir. Sosyal belediyecilik anlayışı elbette çok önemlidir. Ancak var olan doğal kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması ancak kısıtlamalar ile mümkün olabilecektir. Bu çerçevede özellikle kıyı bölgelerine yönelik araç trafiğinin sınırlandırılması ve kıyı bölgeleri dışında büyük otopark alanlarının yapılması gerekecektir. Bu otopark alanlarından kıyı bölgelerine ulaşım için ise belediyelerin planlama yapması ve çözümler üretmesi gerekmektedir.

3.3 KANDIRA TURİZMİ İÇİN SINIRLILIKLAR

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan Bölge Planı'nda Kandıra'nın Bölge için Karadeniz'e sonra Doğu Avrupa ve Avrasya ülkelerine açılan kapısı olması planlanmaktadır. Karadeniz Sahil Yolu projesinin Batı Karadeniz kesiminin tamamlanmasının ardından turizm faaliyetlerinin Kandıra için temel sektör haline gelmesi hedeflenmektedir. Kandıra'da turizmin gelişmesi ve tarıma dayalı sanayi yatırımların gelişmesi hedeflenmektedir. Bu çerçevede Kandıra'nın;

* Plajlar ve art alanlarında çevre eğitimi ve bilgilendirme,
* Yönlendirme,
* Yüzme suyu kalitesi,
* Çevre yönetimi,
* Can güvenliği ve hizmetler bakımından iyileştirilmesi ve mavi bayrak kriterlerine haiz duruma getirilmesi,
* Ortadoğu kökenli yabancı ziyaretçilere yönelik tanıtım ve altyapı düzenleme çalışmalarının sürdürülmesi,
* Butik oteller, yayla evleri ve pansiyonların özgün dokuya uygun ve çevreyle barışık olmak koşuluyla yaygınlaştırılması planlanmaktadır.

Bu planlar çerçevesinde gelecekte Kandıra Bölgesinde yukarıda sayılan başlıklar çerçevesinde hibe desteklerinin verileceği değerlendirilmektedir. Verilecek bu desteklerle Kandıra'da turizmin öncelikli sektör haline getirilmesine katkıda bulunulmuş olacaktır. Verilecek desteklerin tek başına bölgedeki turizm faaliyetlerini dönüştürme kapasitesi sınırlı olsa da önemli bir ivme kazandıracağı düşünülmektedir.

Kandıra'nın sahip olduğu turistik ürünler ve bileşenleri, Karadeniz Bölgesi'ndeki birçok il veya ilçenin sahip olduklarıyla benzerlikler göstermektedir. Bu çerçevede Kandıra'nın gelecek yıllarda turizm pastasından elde edeceği pay, rakiplerine karşı sahip olduğu rekabet üstünlüklerinin etkin kullanılmasına bağlı olarak şekillenecektir. Hedeflenen noktalara ulaşılması çoğu zaman rakiplerin stratejileri ile doğru orantılı olarak şekillenecektir. Rekabetin gücü, Kandıra Turizmini planlayanların dinamik stratejiler geliştirmesine ve hızlı hareket etmelerine neden olacak ve turizm açısından elde edilecek başarı bunlara bağlı olarak şekillenecektir.

4. KANDIRA İLÇESİ TURİZM STRATEJİLERİ

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra Turizmi için belirlenen vizyon ve hedeflere, stratejik önceliklere ve stratejilere yer verilmektedir. Bu çerçevede öncelikle Kandıra Turizmi için vizyon ve hedefler ortaya konulmuş ve bu vizyon ve hedeflere ulaştıracak stratejiler ve stratejik öncelikler belirlenmiştir.

4.1 KANDIRA TURİZM VİZYONU VE HEDEFLER

Vizyon ifadeleri en yalın ifadesiyle firmaların, şehirlerin veya kurumların gelecekte kendilerini görmek istedikleri yeri ifade eden ve bu çerçevede ulaşılmak istenen üst hedefi belirten strateji belgelerinden biridir. Kandıra'daki paydaş görüşmeleri ve odak grup toplantısında görüş birliğine varılan hususlar çerçevesinde şekillenen Kandıra Turizm vizyonu ögelerinin aşağıdaki şekilde ifade edilmesi mümkündür.

* Özgün dokuya uygun, çevreyle barışık tesislerle donanmış,
* Eşsiz doğal mirasına sahip çıkan,
* Sürdürülebilirliği temel alan,
* Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını sağlamış,
* Yerel kültürel özellikleri korumuş ve turizme kazandırmış,
* Hizmet kalitesi ve memnuniyeti öncelikli hedef olarak kabul etmiş Kandıra.

Belirlenen vizyon çerçevesinde ulaşılmak istenen hedefleri ise aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür.

* Turizm İşletme Belgesine sahip konaklama işletmesi sayısını 25'e çıkarmak
* Turizm İşletme Belgesine sahip yiyecek-içecek işletmesi sayısını 30'a çıkarmak
* Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesinin Kurulmasını ve en az 2 program açılmasını sağlamak
* Kandıra Meslek Yüksekokulu bünyesinde Turizm ve Otel İşletmeciliği Programının açılmasını sağlamak
* Kıyı bölgelerindeki en az 10 adet eczane, 7 adet sağlık ocağı ve 7 adet spor alanlarının yapımını sağlamak
* En az 7 kıyı bölgesinde taksi duraklarının oluşumunu sağlamak
* Turizm alanındaki altyapı eksikliklerini gidermiş olmak
* Kandıra'da hizmet veren en az 3 seyahat acentasının kuruluşunu gerçekleştirmek
* Düzenlenen 10 uluslararası yarışma, hazırlanan 5 belgesel film, hazırlanan 4 farklı dildeki 10 farklı broşür

* Her yıl en az 1 yurtiçi ve 1 yurt dışı fuara katılmak (EMTITT ve Berlin Turizm ve Seyahat Fuarı)
* Ağırlanan 20 büyük tur operatörü veya acenta ile 100 yerli ve yabancı gazeteci ve televizyoncu
* En az 10 yiyecek-içecek işletmesinde yöresel yemeklerin sunumunu gerçekleştirmek
* Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'nin imar sorunlarını çözüme kavuşturmak
* Turizm faaliyetlerinin koordinasyonu ve sağlıklı veriler için Kandıra merkezde ve kıyı bölgelerinde 5 adet turizm bilgilendirme merkezi kurmak
* Kıyı bölgelerinde etkin bir çevre yönetim sistemi kurmak
* Bölge halkından en az 50 kişinin turizm işletmecisi olmasını sağlamak
* En az 50 gönüllü doğa denetçisinin yetiştirilmesini sağlamak
* Kandıra'da alternatif olarak değerlendirilebilecek turizm türleri için 5 adet fizibilite raporu hazırlanmasını sağlamış olmak

4.2 KANDIRA TURİZMİ İÇİN STRATEJİLER

Kandıra Turizminin gelişimi, Dünya ve Türkiye Turizm pastasından hak ettiği payı alabilmesi için uygulanması planlanan stratejik öncelikler ve bu öncelikler kapsamında uygulanacak stratejileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Strateji 1: Nitelikli turizm tesislerinin sayısının artırılması

Hali hazırda Kandıra'da 1 adet Turizm İşletme Belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Toplam 1.690 kişilik konaklama kapasitesinin ivedilikle artırılması gerekmektedir. Yiyecek-içecek işletmelerinin nitelik ve nicelik olarak da yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Bölgede özellikle hafta sonları çok büyük bir yoğunluk bulunmakta, kıyı bölgelerindeki birçok ev de pansiyon olarak kullanılmasına rağmen gelen ziyaretçiler konaklama arzı yetersizliğinden dolayı arabalarında veya sokakta konaklamak zorunda kalmaktadır. Konaklama konusundaki arz yetersizliği bölgenin dokusuna uygun tesislerin sayısı artırılarak çözüme kavuşturulmalıdır.

İşletmecilerin şikayet ettikleri konuların en başında imar konusunda yaşanan sorunlar gelmektedir. 2006 yılında ilan edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'ne yönelik planların henüz onaylanmamış olması işletmecileri oldukça mağdur etmiştir. Bu konuda yaşanan sorunlar potansiyel turizm yatırımcılarının önündeki önemli engellerden biridir. Çözümlenme aşamasında bulunan bu sorunun ortadan kalkması nitelikli turizm

tesislerinin sayısının hızla artmasını ve mevcut tesislerin de hizmet kalitelerini geliştirmelerini sağlayacaktır.

Strateji 2: Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkinliğinin artırılması

Kandıra'nın etkin ve koordineli bir tanıtımının yapılamadığı görülmektedir. Kandıra ismiyle özdeşleşmiş tanıtım faaliyetlerine odaklanılmakta ve bu çerçevede tanıtım faaliyetleri yapılmaktadır. Yurt dışı ve yurtiçi olmak üzere tanıtım faaliyetlerinin satış odaklı olarak yapılmasına gereksinim duyulmaktadır. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri çerçevesinde bölgesel bir web sitesinin kurulması, yurt içi ve yurtdışı fuarlara katılım sağlanması, Kandıra'da bir turizm ofisinin kurulması yerli ve yabancı tur operatörleri, seyahat acentaları, gazeteciler ve televizyoncuların davet edilerek ağırlanması gerekmektedir. Bunun yanında Kandıra merkezli seyahat acentalarına veya yerleşik büyük acenta bayiliklerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Strateji 3: Turizme yönelik altyapı sorunlarının giderilmesi

Kandıra'da özellikle hafta sonları önemli bir taşıma kapasitesi sorunu yaşanmaktadır. Mevcut nüfusun onlarca katı ziyaretçi ağırlayan Kandıra kıyı bölgeleri talebi karşılayamamakta, enerji su, tesis vb. konularda önemli sorunlar yaşanmaktadır. Kandıra merkezden kıyı bölgelerine doğru olan karayolunda kilometrelerce uzunluğunda kuyruklar oluşmakta ve trafik kazaları meydana gelmektedir. Kıyı bölgelerinde araç park yeri kalmamakta ve yerleşik ikamet edenlerin dahi evlerine ulaşmasında zorluklar yaşanmaktadır. Bu çerçevede kullanan öder prensibinden hareketle bu bölgelere ziyaret gerçekleştirenlerden alınacak cüzi ücretler ile bölgenin otopark, ulaşım vb. altyapı sorunlarının çözümüne yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Büyükşehir Belediyeleri yasası ile önemli oranda ilerleme kaydeden altyapı çalışmalarının süratle tamamlanması gerekmektedir.

Strateji 4: Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması

Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması ve tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin turizme entegre edilmesi, turizmden elde edilen katma değerin artırılması ve yerel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için oldukça önemlidir. Özellikle turistik sezonun artırılması ve turizm faaliyetlerinin 12 aya yayılabilmesi için yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımı gerekmektedir. Doğal çekicilikleri açısından Kandıra ilçesi, kırsal turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için avantajlı bir bölgedir. Girişimci çiftçi sayısının artırılması ile kırsal kesimde kendi yaşam koşullarını koruyarak turizm faaliyetine katılanların sayısının

artırılması mümkün olacak ve özellikle eko turizm alanlarının sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır.

Strateji 5: Turizm alanlarındaki üstyapı eksikliklerinin giderilmesi

Kandıra kıyı bölgesinde konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri ile birlikte turistlerin ihtiyaç duyacağı hizmetleri sağlayacak tesislerde önemli bir yetersizlik söz konusudur. Sağlık ocağı, eczane, bankamatik, taksi, hediyelik eşya gibi alanlardaki işletme ve kurum sayısı yok denecek kadar azdır. Birçok kıyı bölgesinde eczane, sağlık ocağı, bankamatik ve taksi durağı bulunmamaktadır. Turistlerin bölgedeki konaklamaları sırasında katılabilecekleri sportif veya kültürel herhangi bir aktivite alanı da bulunmamaktadır. Bu alandaki eksikliklerin süratle giderilmesi gerekmektedir.

Strateji 6: Nitelikli işgücü yetersizliğinin giderilmesi

Turizm işletmelerinin birçoğunda hizmet kalitesi ile ilgili sorunlar yaşanmaktadır. Bu işletmelerdeki en önemli sorunlardan biri nitelikli eleman yetersizliğidir. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilmiş bir bölgede turizm konusunda herhangi bir ortaöğrenim veya önlisans programının bulunmaması önemli bir eksikliktir. Acilen bu sorunun çözümünün sağlanmasına yönelik önlemler alınmalıdır. Mevcut turizm işletmelerindeki çalışanların ise eğitimlerden geçirilerek niteliklerinin artırılması gerekmektedir.

Strateji 7: Alternatif turistik ürünlerin değerlendirilmesinin sağlanması

Kandıra bölgesinde yapılabileceği düşünülen birçok turizm aktivitesi bulunmaktadır. Ancak bu aktivitelerin yapılabilirlik durumlarının, çevreyi etkileme özelliklerinin, karlı ve rasyonel olup olmadıklarının değerlendirilmesi için fizibilite etütlerinin yapılması gerekmektedir. Dalga sörfü, yamaç paraşütü, su altı dalışı, trekking, tekne turları gibi faaliyetlerin yapılabilirlik durumlarının ortaya konulması ve yapılabilir bulunanların tur programlarının ve güzergah haritalama işlemlerinin yapılması gerekmektedir. Bunun yanında Kandıra'nın sahip olduğu önemli gastronomik çekicilikler bulunmaktadır. Bu çekiciliklerin de turizm faaliyetlerinde değerlendirilmesi ve turizme kazandırılması sağlanmalıdır.

4.3 KANDIRA TURİZMİ İÇİN STRATEJİK ÖNCELİKLER VE EYLEMLER

Bu bölümde Kandıra Turizminin belirlenen hedefler doğrultusunda gelişimi için her bir strateji çerçevesinde öncelikli olarak uygulanması gereken eylemlere, sorumlu kişi ve kuruluşlar ile performans göstergelerine yer verilmektedir.

Strateji 1: Nitelikli turizm tesislerinin sayısının artırılması

Eylem no	*Öncelik*	*Eylem*	*Açıklama*	*Yapacak kişi ve kuruluşlar*	*İşbirliği ortakları*	*Başlangıç tarihi*	*Süresi*							*Bütçesi ve Finans kaynağı*	*Göstergeler*
							2015	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2021*	*2023*		
1	*1*	***İmar sorunlarının çözüme kavuşturulması***	*Kandıra kıyı bölgelerinde yaşanan imar sorunları çözüme kavuşturulacaktı* *2015 yılı sonuna kadar Kandıra kıyı bölgeleri ile ilgili imar sorunları çözülmüş olacaktır.*	*KBB, KTB*	*KB*	*2015*								*150.000 TL* *KBB, KTB*	*Kandıra kıyı bölgelerinin imar sorunlarının çözülmüş olması*
2	*2*	***Turizm finansman imkanlarının belirlenmesi***	*Turizm faaliyetlerine yönelik verilebilecek destekler konusunda ilgili kurumlar ile görüşmeler yapılması.* *Bu konuda plan süresince 10 odak toplantısı yapılarak turizme yönelik alternatif 5 farklı kurumun desteği sağlanacak.*	*KB, TSO, MARKA*	*Belediyeler, muhtarlıklar Turizm Dernekleri, Bankalar, İlgili devlet kuruluşları*	*2015*								*100.000 TL* *Doğu Marmara Kalkınma Ajansı*	*Alternatif 5 farklı kurumdan turizm yatırımları için hibe desteği alınması*
3	*3*	***Turizm yatırımlarına yönelik fizibilite çalışmalarının yapılması***	*Turizm yatırımları için fizibilite çalışması desteği verilecektir.* *Konaklama, yiyecek-içecek, kırsal turizm ve hediyelik eşya konusunda 4 adet fizibilite çalışması yapılacaktır.*	*MARKA*	*Kocaeli Üniversitesi*	*2015*								*100.000 TL* *MARKA, KÜ*	*4 adet yatırım fizibilitesinin hazırlanması*

Strateji 2: Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkinliğinin artırılması

Eylem no	Öncelik	Eylem	Açıklama	Yapacak kişi ve kuruluşlar	İşbirliği ortakları	Başlangıç tarihi	Süresi							Bütçesi ve Finans kaynağı	Göstergeler
							2015	2016	2017	2018	2019	2021	2023		
4	1	**Turizm Bilgilendirme Merkezleri kurulması**	Kandıra merkez ve kıyı bölgelerde bilgilendirme merkezleri kurulacaktır, Bu merkezlerin atıl okul binaları veya köy evlerinin kiralanması veya restorasyonu ile oluşturulması sağlanacaktır. 2019'a kadar 5 ayrı yerde bilgilendirme merkezi kurulacaktır.	KTİM, KBB, KB	Belediyeler, Muhtarlıklar, İlgili dernekler	2015								100.000 TL Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, Kültür ve Turizm Bakanlığı	5 ayrı yerde bilgilendirme merkezinin kurulmuş olması
5	2	**Turizm alanlarına yönelik tanıtım faaliyetlerinin yapılması**	Altyapı eksiklikleri giderilen turizm alanlarının etkin tanıtımı gerçekleştirilecektir. Bu konuda plan süresince ulusal ve uluslararası yarışmalar ve festivaller organize edilecek ve turizm alanlarını tanıtıcı ödüllü belgeseller hazırlanacaktır. En az 1 yurtiçi ve 1 yurtdışı fuara katılım sağlanacaktır.	KTİM, KB	Belediyeler, Muhtarlıklar, Seyahat Acentaları, Tur Operatörleri	2016								400.000 TL Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, MARKA	Düzenlenen 10 uluslararası yarışma, hazırlanan 5 belgesel film, hazırlanan 4 farklı dildeki 10 farklı broşür, katılım sağlanan 2 fuar
6	3	**Tur operatörlerine, seyahat acentalarına, yabancı gazeteci ve televizyoncular saha tanıtımı**	Tur operatörlerine, seyahat acentalarına, yerli ve yabancı gazeteci ve televizyoncular turizm sahaları gezdirilerek tanıtılacak, görüşleri ve değerlendirmeleri alınarak sahaların iyileştirilmesi sağlanacaktır. Plan süresince 20 tur operatörünün ve 100 gazeteci ve televizyoncunun katılımı sağlanacaktır.	KTİM, KB	Dernekler, KB, KBB	2016								100.000 TL Kültür ve Turizm, Ekonomi Bakanlıkları	Ağırlanan 20 büyük tur operatörü ve seyahat acentası, 100 yerli ve yabancı gazeteci ve televizyoncu.

Strateji 3: Turizme yönelik altyapı sorunlarının giderilmesi

Eylem no	Öncelik	Eylem	Açıklama	Yapacak kişi ve kuruluşlar	İşbirliği ortakları	Başlangıç tarihi	Süresi							Bütçesi ve Finans kaynağı	Göstergeler
							2015	2016	2017	2018	2019	2021	2023		
7	1	**Ulaşım sorunlarının çözülmesi**	Kandıra merkez ve kıyı bölgelerine ulaşan yollarda genişletme ve viraj düzeltme çalışmaları yapılacaktır. 2023 yılına kadar Kocaeli-Kandıra arasındaki karayolu ile Kandıra Merkezden kıyı bölgelerine ulaşan yollar (72 km) bölünmüş yol haline getirilecektir.	KBB, KB, UDHİM	Belediyeler, Muhtarlıklar, İlgili STK'lar	2015								16.000.000 TL Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, KBB,	72 km lik bölünmüş yol çalışmasının yapılmış olması
8	2	**Otopark sorunlarının çözülmesi**	Kıyı bölgelerindeki otopark sorunları çözüme kavuşturulacaktır. Bu konuda plan süresince Kerpe, Kefken, Cebeci, Bağırganlı ve Seyrek yerleşim alanları dışında 5 adet 1.000'er araçlık otopark alanları oluşturularak otoparklardan yerleşim yerlerine ring servisler konulacaktır.	KBB, KB	MARKA, ÇŞİM, Muhtarlıklar	2016								500.000 TL MARKA, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, KBB, KB	5 farklı bölgede hazırlanan 5.000 adetlik otopark alanı ve otopark alanlarından yerleşim alanlarına hizmet veren ring servis sistemi
9	3	**Enerji sorunlarının çözülmesi**	Kıyı bölgelerde aşırı yüklenmeden kaynaklanan kesinti sorunları giderilecektir. Plan süresince yeni trafolar ve güçlendirme çalışmaları yapılacak ve olağanüstü durumlar dışındaki elektrik kesintileri ortadan kaldırılacaktır.	ETKİM	Muhtarlıklar, KBB, KB	2015								1.000.000 TL Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanlığı	Olağanüstü durumlar hariç elektrik kesintilerinin ortadan kaldırılmış olması
10	4	**Etkin bir çevre yönetim sistemi kurmak**	Kandıra kıyı bölgeleri için etkin bir çevre yönetim sistemi kurulacaktır. Plan süresinde 2019 yılına kadar ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi alınacaktır.	KBB, KB	Muhtarlıklar, MARKA	2016								1.000.000 TL ÇŞB, MARKA, KBB	ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi'nin alınmış olması

Strateji 4: Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması																
Eylem no	*Öncelik*	*Eylem*	*Açıklama*	*Yapacak kişi ve kuruluşlar*	*İşbirliği ortakları*	*Başlangıç tarihi*	*Süresi*							*Bütçesi ve Finans kaynağı*	*Göstergeler*
							2015	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2021*	*2023*		
11	*1*	***Ekoturizm eğitimi***	*Yerel halkının eko-turizm, Ekoturizme sunulabilecek ürünlerin geliştirilmesi (Organik tarım vb.)eğitimi. Bu konuda plan süresince en az 10 kurs açılarak toplam 200 kişinin eğitilmesi sağlanacaktır.*	*KTİM, OSİM, KB*	*Belediyeler, muhtarlıklar, Ekoturizm Dernekleri, Kocaeli*	*2015*								*100.000 TL MARKA, KB, OSİB, KTB, KOSGEB*	*10 ayrı kurs düzenlenmesi ve 200 kişiye eğitim verilmesi*
12	*2*	***Yöre halkına girişimcilik eğitimlerinin verilmesi ve girişimleri için destek sağlanması***	*Belirlenen eko turizm rotalarında yer alan köy ve beldelerdeki halka KOSGEB onaylı girişimcilik eğitimleri verilecek ve kendi işini kurmak isteyen girişimciler desteklenecektir. Plan dönemi boyunca 100 kişinin girişimcilik eğitimi alması ve kendi işini kurmak isteyen 50 girişimcinin desteklenmesi sağlanacaktır.*	*KB, KÜ, KOSGEB, MARKA*	*Muhtarlıklar, Belediyeler*	*2016*								*2.000.000 TL MARKA, KOSGEB*	*100 kişiye girişimcilik eğitiminin verilmesi ve 50 girişimcinin desteklenmesi*
13	*3*	***Yöre halkının doğa eğitimi***	*Doğayı anlatmak için yöre halkın eğitilmesi, ayrıca çocukların eğitimi. Plan dönemi boyunca 1.000 yetişkin, 2.000 çocuğa doğa eğitimi verilecektir.*	*KB, KÜ, MEM, HEM*	*Muhtarlıklar, Belediyeler, Okul müdürlükleri, MARKA*	*2015*								*100.000 TL Kültür ve Turizm, Orman ve Su İşleri, Kalkınma Bakanlıkları*	*1.000 yetişkin ve 2.000 çocuğa doğa eğitimi verilmesi*
14	*4*	***Gönüllülük sisteminin oluşturulması***	*Doğa gönüllülerinin seçimi ve eğitimi. Plan dönemi boyunca her doğa turizmi yapılabilecek yerlerden 5 er ve toplam 50 gönüllü doğa denetçisi seçilecek ve bu denetçiler kamu otoritesine denetim için yardımcı olacaklardır.*	*KB, KÜ, HEM*	*WWF, TEMA, KÜ*	*2016*								*20.000 TL Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı*	*Doğa turizmi alanlarından 50 gönüllü doğa denetçisinin seçilmesi ve eğitimi*

Strateji 5: Turizm alanlarındaki üstyapı eksikliklerinin giderilmesi																	
Eylem no	Öncelik	Eylem	Açıklama	Yapacak kişi ve kuruluşlar	İşbirliği ortakları	Başlangıç tarihi	Süresi							Bütçesi ve Finans kaynağı	Göstergeler
							2015	2016	2017	2018	2019	2021	2023		
15	1	Tamamlayıcı hizmet işletmelerinin sayısının artırılması	Kıyı bölgelerinde turistlere hizmet verecek tamamlayıcı hizmet işletmelerinin sayısı artırılacaktır.. Bu konuda plan süresince en az 7 eczane 4 sağlık ocağı, 7 taksi durağı ve 7 bankamatik açılması sağlanacaktır.	TSO, SİM, KB, KBB	Muhtarlıklar, Girişimciler, Ticaret ve Sanayi Odaları, Eczacılar Odası, Bankalar	2015								400.000 TL MARKA, KB, SB, EO	Açılan 7 eczane, 4 sağlık ocağı, 7 taksi durağı, 7 bankamatik
16	2	Aktivite alanlarının oluşturulması	Kandıra kıyı bölgelerinde halı sahalar, spor alanları ve kültürel alanların yapılması sağlanacaktır. Bu konuda plan süresi boyunca 7 adet halı saha, 7 adet spor alanı ve 3 adet de kültürel alanın tamamlanması sağlanacaktır.	GSİM, KBB, KB, Girişimciler,	Muhtarlıklar, Ticaret ve Sanayi Odaları, TSO, KOSGEB, MARKA	2016								2.000.000 TL GSB, KTB, KOSGEB, MARKA	100 kişiye girişimcilik eğitiminin verilmesi ve 50 girişimcinin desteklenmesi
17	3	Kandıra merkezli seyahat acentalarının kurulmasını sağlamak	Kandıra'nın daha iyi pazarlanması için Kandıra merkezli seyahat acentalarının kurulması.. Plan dönemi boyunca en az 3 seyahat acentasının kurulması sağlanacaktır.	Girişimciler, KTB, TÜRSAB,	KOSGEB, MARKA	2015								100.000 TL KTB, KB, TÜRSAB	Kandıra merkezli 3 seyahat acentasının kurulması
18	4	Kentsel Mekanda Kaliteyi Artırmak	Kent kimliğini öne çıkaracak projeler uygulanacaktır. Kıyılarda Öncelikli Müdahale Alanlarının Belirlenmesi ve Bu Alanlar İçin Öneri Projelerin Oluşturulması, Sokak İyileştirme Projelerinin Uygulanması, Kent Kimliğini ön plana çıkaracak alanlar için (örn. Akçakoca Anıtı, Kent Kapısı, vb.) Kentsel Tasarım Yarışması/yarışmalarının Düzenlenmesi, Denize Açılan Sokaklarda İyileştirme Projelerinin (özellikle park uygulamalarına ve tabelalamaya dikkat edilerek) Uygulanması, Merkezi Ticaret Alanında Tabelalarda Ortak Dil Çalışması	KBB, KB	KB, KBB, MARKA	2016								1.000.000 TL KB, KBB, MARKA	Projelerin hayata geçirilmesi

Strateji 6: Nitelikli işgücü yetersizliğinin giderilmesi																
Eylem no	*Öncelik*	*Eylem*	*Açıklama*	*Yapacak kişi ve kuruluşlar*	*İşbirliği ortakları*	*Başlangıç tarihi*	*Süresi*							*Bütçesi ve Finans kaynağı*	*Göstergeler*
							2015	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2021*	*2023*		
19	*1*	***Örgün eğitim-öğretim kurumlarının açılması***	*Ortaöğretim ve önlisans düzeyinde turizm bölümleri açılacaktır.* *Bu konuda plan süresince Kandıra merkezde AOTML veya ÇPL bünyesinde 2 bölüm (konaklama, yiyecek-içecek), Kandıra Meslek Yüksekokulu bünyesinde Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı açılacaktır.*	*KV, KÜ*	*Belediyeler, Kaymakamlık, TSO*	*2015*								*150.000 TL* *Milli Eğitim Bakanlığı, Kocaeli Üniversitesi*	*AOTML veya ÇPL bünyesinde 2 bölümün ve Kandıra MYO'da 1 programın açılması*
20	*2*	***Yaygın Eğitim çalışmalarının yapılması***	*Kandıra'daki turizm işletmelerinin mevcut personeline turizm eğitimleri verilecektir. .* *Bu konuda plan süresince 3 ayrı eğitim düzenlenecek ve 150 kişiye turizm eğitimi verilecektir.*	*KK*	*Kocaeli Üniversitesi*	*2015*								*30.000 TL* *Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, Kocaeli Üniversitesi*	*150 kişiye turizm eğitimi verilmesi*

Strateji 7: Alternatif turistik ürünlerin değerlendirilmesinin sağlanması

Eylem no	Öncelik	Eylem	Açıklama	Yapacak kişi ve kuruluşlar	İşbirliği ortakları	Başlangıç tarihi	Süresi							Bütçesi ve Finans kaynağı	Göstergeler
							2015	2016	2017	2018	2019	2021	2023		
21	1	**Alternatif turizm alanlarına yönelik fizibilite çalışmalarının yapılması**	Alternatif turizm alanları ve turizm türlerinin değerlendirilebilir olup olmadığının belirlenmesi için fizibilite çalışması yapılacaktır. Bu konuda plan süresince 5 farklı turizm türü için (sualtı dalış, trekking, dalga sörfü, yamaç paraşütü, çiftlik turizmi gibi) fizibilite çalışması yapılacaktır.	KBB, KB	MARKA, Kocaeli Üniversitesi	2015								150.000 TL Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, Kocaeli Üniversitesi	5 adet fizibilitenin hazırlanması
22	2	**Tur güzergahlarındaki alt ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesi**	Belirlenen alternatif tur güzergahları üzerindeki alt ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesi sağlanacaktır. Plan dönemi boyunca 5 farklı turizm aktivitesi için alt ve üstyapı eksiklikleri giderilecektir.	KBB, KB, Girişimciler, İlgili dernekler	Muhtarlıklar, MARKA, ÇŞİM, GSİM	2015								250.000 TL GSB, MARKA, ÇŞB, UDHB	5 farklı alternatif turizm türü için alt ve üst yapı eksikliklerinin giderilmiş olması
23	3	**Haritaların oluşturulması**	Alternatif turizm türleri için rotaların yer aldığı haritaların oluşturulması ve basımı. Plan boyunca görüşmeler ve odak grup toplantılarında öne çıkan turizm faaliyetleri için en az 5 rota ve tur hazırlanacak ve haritalar bastırılacaktır.	KBB, KB	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Doğa dernekleri, Muhtarlıklar, Acentalar, Turist rehberleri	2016								200.000 TL Kültür ve Turizm Bakanlığı, MARKA	5 farklı turizm aktivitesi için haritaların basımının yapılması

5. MEKANSAL PLANLAMA

Çalışmanın bu bölümünde Kandıra'daki mevcut turizm durumu ve gelecekte hangi bölgelerde hangi turizm türlerinin geliştirilebileceğine yönelik değerlendirmeler yer almaktadır. Kandıra Haritası üzerinde semboller kullanılarak yapılabilecek turizm faaliyetleri belirtilmektedir.

5.1 KANDIRA'DA YAPILABİLEN MEVCUT TURİZM FAALİYETLERİ

Kandıra'da hali hazırda yapılabilen turizm faaliyetlerini kara sporları, su sporları, deniz turizmi ve doğa turizmi başlıkları altında değerlendirmek mümkündür.

Harita 6. Kandıra Mevcut Turizm Haritası

Kara Sporları Turizmi: Kefken sahip olduğu faunasıyla av turizmi için oldukça uygun bir bölgedir.

Su Sporları Turizmi: Kerpe, Kumcağız, Kefken, Çamkonak, Sarısu, Bağırganlı ve Seyrek var olan potansiyeli ile su sporları için oldukça uygun bölgelerdir.

Kefken ve Sarısu zıpkınla ve olta balıkçılığı için oldukça elverişli bölgelerdir. Kefken'de sonbaharda palamut sezonunda Palamut, Lüfer, Torik, Kofana gibi balık çeşitleri avlanır. Kışın tirol mevsiminde Mezgit, Kalkan, İstavrit, Tekir, Çinekop ve Tırsi yakalanmaktadır. İlkbahar balıkçıların en çok kalkan avladığı dönemdir. Ayrıca Kefken civarında Levrek, Sardalya,

Minekop, İzmarit, Zargana, Aterna, Kayabalığı, İskine ve Kırlangıç gibi nadir bulunan balıklar da çıkarılmaktadır. Amatör sualtı avcılarının bir numaralı uğrak yeri olan Kefken Adası'nda zıpkınla, Levrek ve Kefal avlanabilmektedir. Ayrıca kum midyesi (cikcik) dış ülkelere ihraç edilmektedir. Kum midyesi İspanya, Fransa, İtalya gibi Avrupa ülkelerinde makarna, pizza gibi yiyeceklerde garnitür olarak kullanılmaktadır. Sarısu deresinde de olta balıkçılığı yapılmakta olup, Kefal, Sazan, Yılanbalığı vb. su ürünleri avcılığı yapılabilmektedir. Bağırganlı ve Seyrek'te de küçük teknelerle balık avlanabilmektedir.

Kerpe'de Cenevizliler dönemine ait tarihi batık bir limanın olduğu ve bu limanın bir bölümü projelendirilerek restore edilecektir. Restorasyonda limanın mevcut taşları ve yöresel malzeme kullanılacaktır. Limanın bulunduğu alanın turizme kazandırılması da düşünülmektedir. Restorasyon sonrası Ceneviz dönemini yansıtan 2 küçük Ceneviz Gemisi yapılacak, bu gemilerden biri denize batırılarak dalış turizmine hizmet verirken diğer gemi su üstünde turistik gezi amaçlı kullanılacaktır. Bu açıdan Kerpe su altı dalış için oldukça uygun bir bölgedir. Kerpe' deki eşsiz güzellikteki "Kayalıklar" ise birçok insanın buraya gelmesi için tek sebep durumundadır. Tırmanarak ya da dalarak değişik heyecanlar yaşayabileceğiniz Kerpe Kayalıklarında, ayrıca ilginç mağaralar da bulunmaktadır. Özellikle kayaların altındaki boşluklar, dalış sporu meraklıları için idealdir. Çamkonak ise açık deniz özelliği gösteren bir bölgedir. Çamkonakta bulunan Babalı ve Dikili sahilleri rüzgarlı havalarda sörf yapılabilecek bir özellik arz etmektedir.

Deniz Turizmi: Kerpe, Kefken, Cebeci, Bağırganlı, Kumcağız, Seyrek, Çamkonak (Babalı-Dikili), Pınarlı Köyü (Sardala Koyu, Malkaya Adası)

Doğa Turizmi: Kandıra doğa turizmi yapılabilmesi için Türkiye'de sayılı bölgelerden birisidir. Kerpe-Sarısu arası 13 km'lik bir parkurda 4 saatlik bir yürüyüş yapılabilmektedir. Çam ormanları ve çalılıklar arasında 4 mevsim doğa yürüyüşü yapılabilmektedir. Orman ve Su İşleri Bakanlığı I. Bölge Müdürlüğü Kocaeli Şube Müdürlüğü sorumluluğunda Kandıra Seyrek Yaban Hayatı Geliştirme Sahası bulunmaktadır. Kandıra İlçesi'nde bulunan Seyrek Yaban Hayatı Geliştirme Sahasının güneyinde Doğancılı ve Çalköy, doğusunda Sarısu çayı, batısında Seyrek deresi ve kuzeyinde Karadeniz bulunmaktadır. Alanda karacaların varlığının tespit edilmesi üzerine alan, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunun 4. maddesine göre 07.09.2005 tarihinde Bakanlar Kurulu kararınca Yaban Hayatı Geliştirme Sahası olarak ilan edilmiştir. Alanın ortasından geçen orman yolu, alanı kuzey ve güney olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Kuzeyde kalan kesim ağaçlandırma sahası olarak tanzim edilmiş ve yol boyunca etrafı tellerle çevrilmiştir. Alandaki su kaynakları olarak

başta Sarısu çayı ve Seyrek deresi gelmektedir. Ayrıca alan içinde Taşlı dere, Yemişenli dere, Ihlamur deresi, Kumlugeçit deresi ve Baştanlar deresi gibi irili ufaklı dereler diğer su kaynaklarını oluşturmaktadır. Kandıra, Seyrek, Çamkonak 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu uyarınca Orman ve Su İşleri Bakanlığınca belirlenen Yaban Hayatı Koruma Sahaları ve Yaban Hayatı Yerleştirme Sahaları olarak belirlenmiştir. Kefken Genel Avlak Alanı için tescil başvurusunda bulunulmuştur. Kandıra'da 11 farklı parkurda yürüyüş yapabilme imkanı bulunmaktadır. Bu parkurlar arasında en çok kullanılabilecek olan parkur. Kerpe yürüyüş parkurudur. Yürüyüş parkuru birçok koyun içinden geçmektedir. Kerpe girişinin hemen solundaki koydan Sarısu istikametine doğru (batı yönünde) yürüyüş başlar. Orman içi toprak yol ve stabilize araç yolundan yürüyüş yapılır. İki saatlik bir yürüyüşün ardından ıssız ve sakin bir koya varılır.

Tablo 21. Kandıra Örnek Yürüyüş Parkuru

Parkurun Adı	Parkurun Uzunluğu
Babadağ – Sarısu	9km
Beylerbeyi - Bağırganlı	9km
Kerpe – Seyrek	11km
Kurtyeri – Kefken	5km
Kurtyeri – Kerpe	5km
Dalca - Sarnıçlar Barajı	5km
Beyce - Sarnıçlar Barajı	6km
Akçaova- Çelebi Köyü	11km
Yağcılar - Çelebi Köyü	8km
Bağırganlı - Pınarlı Köyü	11km
Hacımazlı - Bağırganlı	7km

Doğa turizmi çatısı altında kuş gözlemciliği için kullanılan bir diğer turistik bölge Sarısu'dur. Sarısu sportif olta balıkçılığı yanında, 165 farklı kuş türünün izlenilebildiği kuş gözlemciliği turizmi için de oldukça önemli olan bir bölgedir. Sarısu, 5 kuş türünün sürekli görüldüğü, 9 kuş türünün çoğunlukla görülebildiği, 7 kuş türünün genellikle görülebildiği, 21 kuş türünün seyrek görülebildiği ve 123 kuş türünün nadiren görülebildiği bir göç yoludur.

Profesyonel ya da amatör bir çok fotoğrafçı bireysel ya da grup olarak özellikle pembe kayalar, Kerpe yürüyüş yolu, Miço Koyu gibi bir çok alanda foto safari yapılabilmektedir. Babalı'da tarihi ve manevi değeri büyük olan mağaranın ağız kısmından itibaren 6-7 metre derinliği olan Babalı Mağarası, Çamkonak yakınlarında Gizli Göl veya halk arasındaki adıyla Kamış Gölü ve Kandıra'ya 2 km mesafede eski Kışla Köyü olan ve şimdi mahalleye dönüşen Kışla mevkiinde bulunan Kışla Şelalesi doğa turizmi açısından önemli merkezlerdir.

5.2 KANDIRA'DA GELİŞTİRİLEBİLECEK TURİZM TÜRLERİ

Mevcut turizm faaliyetleri dışında Kandıra'nın çeşitli bölgelerinde potansiyel vaat eden ve geliştirilebilecek olan turizm faaliyetleri harita üzerinde sembollerle gösterilmiş ve açıklanmıştır.

Harita 7. Gelecek Öngörülü Kandıra Turizm Haritası

Kültür Turizmi: Kandıra'da kültürel değerler arasında öncelikle ele alınabilecek konuların başında el sanatları gelmektedir. Yok olmaya yüz tutan kandıra bezinin Kocakaymaz Köyünde olduğu gibi farklı dokuma merkezlerinin oluşturulması gerekmektedir. Merkezde Kandıra kültürünü ve el sanatlarını yaşatacak, tarihi dokuyu yansıtacak, Çerçilli ve Akçaova'da çıkarılan Kandıra Taşı ile yapılabilen Kandıra'ya özel hediyelik eşyalar, Kestane ağacından yapılacak bastonlar, Ceneviz gemisi, kalesi vb.'lerin sergilenebileceği bir pazar alanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte, Roman kültürünün de sergilenebileceği ve Mustafa Kandıralının kullanılabileceği bir yaşam alanı kurulmalıdır. Ayrıca, Kandıra'daki uygun tarihi binaların müze olarak düzenlemesinin yapılması, Kandıra'ya gelen misafirlerin bölgenin çekicilik unsurlarına yönelik bu müzede bilgi alabilmesi ve bölge kültürünü tanıyabilmesi açısından oldukça önemlidir. Kurulacak müzenin geleneksel müzecilikten uzak, Kandıranın tüm özelliklerinin yansıtıldığı 3D gösterimlerle, müzedeki görevlilerin bölgeye has kıyafetleriyle ve müze etrafında farklı sunum motifleriyle çekici hale getirilmesi gerekmektedir.

Kırsal Turizm: Uzun doğa yürüyüşleri yapılacak alanlarda var olan köylerdeki köy evlerinin yeniden düzenlenerek, tarım ürünlerinin sergilenmesi sağlanmalı (yol üzerinde küçük köy pazarları kurularak, ürünler geleneksel kıyafetlerle sunulmalı), çiftlik turizmine yönelik düzenlemeler yapılmalıdır. Kandıra kültürünü yansıtan, tarihi ve dokusu çok fazla bozulmamış (Kıyı turizmiyle entegre edilebilecek, Kurtyeri, Çamkonak, Çalköy ve gelenekleri bozulmamış Teksen Köyü) evleri, kıyafetleri ve gelenekleriyle hazırlanacak bir köyün/köylerin turizme kazandırılması, gelen misafirlerin gelenek ve göreneklere göre ağırlanması Kocaeli turizmi ve Türk turizmi açısından da farkındalık yaratacaktır. Konaklama biçimleri geleneksel pansiyon, apart evler, eski geleneksel ev, köy evleri ve çiftlik evi şeklinde yapılmalıdır. Köylerden göçün önlenmesi, gençlerin sigortalı iş bulabilme imkanlarının yaratılması açısından da bu yaklaşım oldukça önemlidir.

Gastronomi Turizmi: Türkiye'de Kandıra denildiğinde ilk akla gelen tescilli Kandıra yoğurdudur. Tescilli diğer ürünler ise Mancarlı pide ve Köy lokumudur. Özellikle Bağırganlı'da bu ürünlerin sunumu ve üretimi geliştirilmelidir. Restoranlarda var olan çorbalar, tatlılar ve hamur işleri ile ilgili standardizasyon sağlanmalı, reçeteler hazırlanmalı ve bu ürünlerin en az iki tanesi mönü kartlarına sokulmalıdır. Kandıra'ya ait biber, cik cik midyesi ve bazı otların coğrafi işaretlemelerinin yapılması gerekmektedir.

Gençlik Turizmi: Kandıra da 10 adet kamping alanı bulunmaktadır. Bu alanların (Kıncıllı 3 adet, Kurtyeri 3 adet, Cebeci 3 adet ve Seyrek 1 adet) alt yapıları düzenlenip Kültür ve Turizm Bakanlığı kamping tesislerinin nitelikleri kazandırılırsa turizmi ilkbahar ve sonbahara yayma imkanları doğabilir.

Sağlık Turizmi: Sağlık turizmi kapsamında özellikle Medikal turizm açısından değerlendirildiğinde Kocaeli İli 2011 yılında Türkiye'de en fazla İkili Anlaşmalı Ülkelerden Gelen ve Sosyal Güvenlik Kurumuyla Anlaşmalı Ülkelerden Gelen Hastaların kabul edildiği ikinci ildir. 2012 yılında ise bu pazarın diğer iller tarafından da kullanılmaya başlandığı, özellikle turistik çekicilikleri bulunan, İstanbul, Antalya ve Ankara'nın (Termal) ardından dördüncü sıraya gerilemiştir. Kocaeli ili 2012 yılında 13354 hastayı bu yolla ağırlamıştır. Bu noktada Kocaeli var olan turizm potansiyelini kullanarak, rekabet gücünü artıracak benzersizliği oluşturmalıdır. Medikal turizm ve yaşlı turizmine katılanların aradığı en önemli özellik doğal ortamın sağlandığı, dinlendirici, rahatlatıcı ve tedavi edici aktivitelerin oluşturulmasıdır.

Doğasıyla (fauna ve flora) ve 52 km kumsalıyla (bu kumsalların önemli bir kısmı doğal, belirli bir yaşın üzerinde romatizmal hastalar için kür tedavisi yapılabilecek özellikte) Kandıra bu konuda da geliştirilebilecek bir potansiyele sahiptir. Termal kaynakların araştırmaya devam edildiği Kandıra'da Çamkonak ve Karaağaç Köyleri yakınlarında gelecekte termal turizm faaliyetlerinin yapılabileceği değerlendirilmektedir. Bunun yanında İstanbul ve Kocaeli'ne medikal tedavi amacıyla gelen hastaların iyileşme dönemlerinde lojistik yakınlık avantajlarıyla kıyı bölgesindeki konaklama tesisleri kullanılabilir ve kıyı turizmi, kırsal turizm ve doğa turizmiyle entegre edilerek yeni tesisler oluşturulabilir.

Etkinlik Turizmi: Etkinlik turizmi içerisinde Kandıra'da geliştirilebilecek en önemli değerler anma etkinlikleri ve festivallerdir. Anma etkinliklerinin ilki, 1234-1328 yıllarında yaşayan Kocaeli Fatihi Akçakoca Beyin Anıt Mezarı, Kandıra İlçesi Babadağ mevkiindedir. Anıt mezarın bulunduğu alandaki baz istasyonları kaldırılarak, var olan tarihi camiinin dokusu bozulmadan bir planlama yapılabilirse bu alan etkinlik turizmi çerçevesinde düşünülebilir. Bununla birlikte, 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşları sonrasında Karadeniz'e kıyı olan Babalı Sahili'nde o dönem batan gemilerden kurtulabilen Abhazlar ve Çerkezlerin barındığı bilinen tarihi ve manevi değeri büyük olan mağaranın yılın belirli dönemlerinde Abhazlar ve Çerkezler tarafından ziyaret edildiği ve burada ölen yakınlarını andıkları bilinmektedir. Hüzün turizmi çerçevesinde ele alınabilecek bu mağara ve alan geliştirilmeli, müzeleştirilmeli, üç boyutlu filmle canlandırılmalıdır.

Üzerinde durulabilecek bir diğer etkinlik te kültürel etkinlik içerisinde yer alan festivallerdir. Bu doğrultuda, Kandıra Belediyesi Geleneksel Kültür Sanat Festivali, Bağırganlı Köyü Taflan Koyu Geleneksel Kültür, Sanat ve Spor Festivali gibi festivallerin bilinirlik düzeyinin artırılması için pazarlama faaliyetleri geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu Suavi ve Çeltek, Evrim. (2006), Sürdürülebilir Kırsal Turizm, Gazi Kitabevi, Ankara.

Akkoç, T. (2013). Bozcaada, Eceabat ve Gökçeada İlçeleri (Çanakkale İli) Kıyılarında Su Altı Dalış Turizmi, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi.

Aksu, Ceren ve Aktuğ, Emine (2011). Güney Ege Bölgesi Termal Turizm Araştırması, Güney Ege Kalkınma Ajansı.

Aydın D, Aypek N, Aydın C, Şahbaz P ve Arslan S. (2011). Türkiye'de Medikal Turizm, Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.

Aydın D, Constantinides C, Mike C, Yılmaz C, Genç A ve Lanyi A. (2012). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu, Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.

Azcan, G. (2013), Kültür Turizmi Açısından Köylere Hizmet Götürme Birliği Faaliyetleri: Safranbolu Örneği, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Abd, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Çağrı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Bölge Planlama Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çeken, Hasan, Karadağ, Levent ve Dalgın, Taner (2007), Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 8 (1), 1-14.

Delil, S., ve Tanrıkulu, A. (2012). Çermik Termal Turizm Raporu, Diyarbakır: Karacadağ Kalkınma Ajansı

Deveci, B., Türkmen, S., Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3 (2), 29-34.

Dünya Sağlık Örgütü (2011), Dünya Engellilik Raporu.

Emiroğlu, D. B. (2013). Kazdağı yöresinde yaşayan yerel halkın kırsal turizme bakışının değerlendirilmesi: Adatepe ve Mehmetalan Köyleri örneği, T.C. Onsekizmart Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Çanakkale.

Erdoğan, H. N. (2010). Engelliler ve Ailelerinin Yaşadığı Sorunlar. öz-veri dergisi, 7 (2), 1635 - 1651.

Fox, R. (2007). Reinventing The Gastronomic İdentity of Croatian Tourist Destinations. International Journal of Hospitality Management, 26 (3), 546-559.

Göksel,H.T (2005). "Türkiye'de Demografik Dönüşümün Sosyal Politikalara Etkisi?"http:// www.tisk.org.tr/, Erişim tarihi: 01.09.2014

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. British Food Journal, 111 (4), 317-326.

http://www.anzac.govt.nz, 25.08.2014

https://aboutourism.wordpress.com/2010/06/21/destination-marketing-and-the-food-element-a-market-overview/, Erişim Tarihi: Erişim tarihi: 01.09.2014

http://www.kocaelikulturturizm.gov.tr/TR,69207/turizm-aktiviteleri.html, Erişim Tarihi: 31.08.2014

Kaşlı, M. ve Kanıbir, H. (2013). Amasya İli Turizm Sektör Raporu, Amasya: Amasya Ticaret ve Sanayi Odası

Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S. ve Özer, Ö. (2013). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013

Kocaeli Doğa Turizmi Master Planı, (2013). Kocaeli Doğu Marmara Kalkınma Ajansı

Kömürcü, G. B. (2013). Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada yerel tatlar festivali örneği, T.C. Onsekiz Mart Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Çanakkale.

Kurnaz, H. B. (2013). İnanç turizmi kapsamında hac ve umre organizasyonu yapan seyahat acentalarının pazarlama faaliyetlerinin incelenmesi: A grubu acentalara yönelik bir uygulama, T.C. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Küçükaltan, Derman. (2002), Tarım Turizmi ve Türkiye'de Tarım Turizmi işletmeciliği‖ T.C. Turizm Bakanlığı, II. Turizm şurası, I, 143-157, Ankara

Long, L. M. (Ed.). (2004). Culinary Tourism. Lexington: University Press of Kentucky.

Maestro, Rosa M. Herna´ ndez, Pablo A. Mun˜ oz Gallego and Libia Santos Requejo. (2007), The Moderating Role Of Familiarity In Rural Tourism In Spain, Tourism Management 28 (4), 951–964.

Mossberg, L. (2007). A marketing Approach to The Tourist Experience. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7(1), 59-74.

Nadi, Y. (1955). "Ankara'nın ilk Günleri", Atatürk Kütüphanesi- 4, İstanbul: Sel Yayınları

OECD, (1994), Tourism Strategies and Rural Development, OECD Press, France

Rand, G. E. D. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for Food Tourism As An Element of Destination Marketing. Current Issues in Tourism, 9(3), 206-234.

Rand, G. E. D., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis. Journal of Travel & Tourism Marketing, 14(3-4), 97-112.

Selvi, M. S. (2008). Sağlık Turizmi, Turistik Ürün Çeşitlendirme, Ankara: Nobel Yayınevi.

Soykan, Füsun, (2001), Ege Bölgesi'nden Kırsal Turizme Özgün Bir Örnek: Şirince Köyü (Selçuk/İzmir), Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi,1, 151-176.

Soykan, Füsun. (2001), Kırsal Kalkınma-Kırsal Turizm İlişkisi ve Avrupa'dan İki Örnek: Basilicata/İtalya ve Sitia/Yunanistan, Kırsal Çevre Yıllığı, Kırsal Çevre ve Ormancılık Sorunları Araştırma Derneği Yayını, Ankara, ss: 13-37.

Şahin, S. (2013).Turistlerin Kırsal Turizme Katılma Nedenleri: Kapadokya'ya Gelen Turistlere Yönelik Bir Araştırma, 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık 2013, Kayseri

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014), Özel İhtisas Komisyon Raporu, Turizm.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014), Sağlık Turizmi, (http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html), Erişim: 25.08.2014

Tassiopoulus, Dimitiri. Event Management: A Professional and Developmental Approach, Juta Academic, South Africa 2005.

Tayfun, A., Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5 (2), 191-206.

TUİK (2013), Turizm İstatistikleri, http://www.tuik.gov.tr/, Erişim Tarihi: 01.09.2014

TÜRSAB, Kongre Turizmi Raporu 2013, http://www.tursab.org.tr/, Erişim Tarihi: 01.09.2014

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA), International Asoociation Meetings Market 2013, http://www.iccaworld.com/, Erişim Tarihi: 01.09.20014

UNESCO Dünya Miras Listesi, (2014). http://www.unesco.org.tr/, Erişim Tarihi:01.09.2014

UNWTO, Tourism Highlights 2000, 2006, 2011, 2013, http://www2.unwto.org/, Erişim Tarihi:01.09.2014

Uygur, Selma ve Akdu, Uğur (2009), Çiftlik Turizmi, Kırsal, Tarım ve Eko turizminin Kavramsal Açıdan İrdelenmesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,1, 143-163.

Ün, Emre, Tutar, Filiz, Tutar, Erdinç ve Erkan, Çisil (2012), Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği. İnternational Conference on Eurasian Economies, 11 -13 October 2012 – Almaty, Kazakhstan.

World Travel and Tourism Council (2014). Global Summit 2014, http://www.wttc.org/, Erişim Tarihi: 01.09.2014

Yıldırım, H. H. (2014). Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinliklerin Önemi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği, Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale

Yılmaz, Gülay Özdemir ve Gürol Kafa, Neşe (2012), Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), 23-32.

Zengin, A. (2010). Eyüp Kentsel Sit Alanının İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerleşim Dokusunun Korunması Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı

Yasal Uyarı

Bu Belge Kandıra Turizminin belirli bir plan ve program dahilinde geliştirilmesini sağlamak amacıyla, KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ tarafından, ME-KA AR-GE ÖZEL EĞİTİM DANIŞMANLIK VE YAZILIM GELİŞTİRME LİMİTED ŞİRKETİ desteği ile hazırlanan bir rapordur.

Belge bu sektörle ilgili gelecek planlamasına kaynaklık teşkil etmesi amacıyla hazırlanmıştır. Belge her şeyi kapsama ya da olası bir yatırımcıların bu sektöre yatırım yapma ya da yapmama konusunda karar vermesi için ihtiyaç duyacağı tüm bilgileri içerme iddiasında değildir. KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ, ME-KA ve ilgili yan kuruluşları ve ortak şirketleri ile ilgili görevliler, çalışanlar ve aracılar Belge'ye ya da bu gibi bilgilere ve bu Belge ve bilgilerde ortaya çıkabilecek hatalara ya da ihmallere dayanabilecek tüm sorumlulukları açıkça reddeder. Belge'de yer alan bilgiler, Belge'nin hazırlandığı dönemde halka açık bilgi kaynaklarına dayanarak hazırlanmıştır. Özellikle gelecekle ilgili projeksiyonlar, hedefler ve tahminlerin (varsa) elde edilebilmesi ya da kabul edilebilirliği konusunda herhangi bir beyanda bulunulmamakta ve garanti verilmemektedir. KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ ve ME-KA Belge'de yer alan bilgileri doğrulamamıştır. Belge'yi alan kişiler, Belge'nin içindeki bilgileri yasal, kurumsal, vergisel ya da farklı bir öneri olarak yorumlamamalıdır.

Belge'nin dağıtımı ya da mülkiyet altına alınması ile ilgili olarak, KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ ve ME-KA herhangi bir yargı alanında hukuksal sorumluluk kabul etmemektedir ve herhangi bir kayıt gereksinimi ya da diğer yasal sınırlamaların alıcı tarafından ihlal edilmesinden KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ ya da ME-KA sorumlu olmayacaktır.

Belge'nin aslı ya da üzerinde değişiklikler yapılmış versiyonu, hiçbir durumda yayınlanamaz, çoğaltılamaz ya da bir ücret ya da üyelik karşılığında üçüncü taraflara satılamaz. Belge'nin fikri mülkiyet hakları KANDIRA KIYI BANDI KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGESİ BİRLİĞİ'ne aittir.