T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜLTÜREL DEĞERLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ: EDİRNE ÖRNEĞİ

Özlem ER

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Övünç BARDAKOĞLU

İZMİR – 2016

YÜKSEK LİSANS
TEZ/ PROJE ONAY SAYFASI

2012800228

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Adı ve Soyadı : ÖZLEM ER

Tez Başlığı : Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği

Savunma Tarihi : 04.01.2016

Danışmanı : Yrd.Doç.Dr.Övünç BARDAKOĞLU

JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı, Adı, Soyadı	Üniversitesi	İmza
Yrd.Doç.Dr.Övünç BARDAKOĞLU	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	.....
Prof.Dr.Alp TİMUR	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	.....
Doç.Dr.Osman Eralp ÇOLAKOĞLU	ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ	.....

Oybirliği (X)

Oy Çokluğu ( )

ÖZLEM ER tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "**Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği**" başlıklı Tezi( ) / Projesi( ) kabul edilmiştir.

Prof.Dr. Mustafa Yaşar TINAR
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum "Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği" adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

…./…./…….

Özlem ER

İmza

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği

Özlem ER

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Küreselleşme ile yaşanan teknolojik, ekonomik, kültürel ve siyasal değişmelerden etkilenen turizm, turistlerin de beklentilerinin değişimine neden olmuş ve çevre bilincinin yaygınlaşmasıyla sürdürülebilir turizm anlayışının ortaya çıkmasına ve alternatif turizm çeşitlerine olan ilgiyi arttırmıştır. Ülkeler bu değişime cevap verebilmek ve turizm gelirlerini arttırabilmek amacıyla turistik ürün çeşitlendirme yoluna gitmişlerdir. Turistik ürün çeşitlendirme uygulamalarından biri olan kültür turizmi, turistlerin geçmişe olan ilgilerinden ve o kültürü öğrenme isteğinden doğan bir turizm çeşididir.

Türkiye, kültürel açıdan zengin bir potansiyele sahiptir. Bu zenginlikte ülkenin doğal güzellikleri ve günümüze kadar gelen tarihi ve kültürel varlıklarının katkısı büyüktür.

Bu çalışmada birçok uygarlığa ev sahipliği yapan ve farklı kültürleri bünyesinde barındıran Edirne ilinin kültürel mirası, bu mirasın turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiştir. Kültürel mirasın korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanıp sağlanmadığı Edirne'de turizm konusunda faaliyette bulunan kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşları yöneticilerinden oluşan 19 kişi ile yüz yüze görüşme tekniği ile

mülakat yapılmış, elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İlk iki bölümde ise turistik ürün, sürdürülebilir turizm, turistik ürün çeşidi olarak kültür turizmi ve kültürel miras kavramlarını açıklamak amacıyla literatür taraması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turistik Ürün, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Sürdürülebilir Turizm, Kültürel Miras, Kültür Turizmi.

ABSTRACT

Master's Thesis

The Assessment of Cultural Values Considering Touristic Product Diversity in Contex Sustainable Tourism: The Case of Edirne

Özlem ER

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Program

Having been affected by technologic, economic, cultural and political changes that stem from globalization, tourism have caused a shift in the expectations of tourists, and with the increasing awareness towards environment, helped emerge a sustainable approach towards tourism, thus increasing the interest towards alternative tourism. Countries have had to diversify their touristic product in order to cope with this change and increase revenue gained from tourism. Culture tourism, one of the the applications developed as a part of this diversification, is a one of these that stems from the interest and desire to learn about a past culture.

Turkey possesses a rich potential in cultural terms. Contribution of both scenic beauties and historical/cultural assets having remained to our day to this rich potential is substantial.

This study examines the cultural legacy of Edirne province which hosted a number of civilizations and contains different cultures and its contribution to touristic activities. 19 people, managers in public, private sector, local government and NGO, were interviewed with face-to-face interview method asto whether the sustainability of this cultural legacy is achieved through

protection of assets; and the gathered data was analyzed using content analysis method. First two sections of this study includes literature scan in order to explain concepts like touristic product, sustainable tourism, culture tourism as a touristic as touristic product and cultural legacy.

Keywords: Touristic Product, Touristic Product Diversity, Sustainable Tourism, Cultural Heritage, Cultural Tourism.

KÜLTÜREL DEĞERLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ: EDİRNE ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI ii

YEMİN METNİ iii

ÖZET iv

ABSTRACT vi

İÇİNDEKİLER viii

KISALTMALAR xiii

TABLOLAR LİSTESİ xiv

ŞEKİLLER LİSTESİ xv

EKLER LİSTESİ xvi

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. TURİSTİK ÜRÜN 3

1.1.1. Turistik Ürün Kavramı 4

1.1.2. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar 7

1.1.2.1. Çekicilikler 8

1.1.2.2. Olanaklar 9
1.1.2.3. Ulaşılabilirlik 10
1.1.2.4. İmaj 11
1.1.2.5. Fiyat 11
1.1.3. Turistik Ürünün Özellikleri 12
1.2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ 14
1.2.1. Turistik Ürün Çeşitlendirme Kavramı 14
1.2.2. Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Nedenleri 16
1.2.2.1. Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişmeler 16
1.2.2.2. Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler 17
1.2.2.3. Rekabet 17
1.2.2.4. Teknoloji 18
1.2.2.5. Üretim ve Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi 19
1.2.3. Turistik Ürün Çeşitlendirme Süreci 20
1.2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası 21
1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TURİZM İLİŞKİSİ 23
1.3.1. Sürdürülebilir Kalkınma ve Gelişme 24
1.3.2. Sürdürülebilir Turizm 27
1.3.2.1. Sürdürülebilir Turizmin Tanımı 29
1.3.2.2. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri 31
1.3.2.3. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları 34

1.3.2.4. Sürdürülebilir Turizmin Faydaları 35

1.3.2.5. Sürdürülebilir Turizmin Gelişmesinin Nedenleri 36

1.3.2.5.1. Turizm ve Çevre Etkileşimi 37

1.3.2.5.2. Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri 37

1.3.2.5.3. Turizmin Çevreye Olumlu Etkileri 38

1.3.2.6. Sürdürülebilir Turizmin Aktörleri 39

1.3.2.7. Sürdürülebilir Turizmin Başarı Koşulları 40

1.3.2.8. Sürdürülebilir Turizm Planlaması 41

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MİRAS VE KÜLTÜR TURİZMİ

2.1. KÜLTÜRVE KÜLTÜREL MİRAS 43

2.1.1. Kültür 43

2.1.1.1. Kültür Kavramı 43

2.1.1.2. Kültürün Özellikleri 45

2.1.1.3. Kültürel Süreçler 47

2.1.2. Kültürel Miras 48

2.1.2.1. Somut Kültürel Miras 51

2.1.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras 52

2.1.2.3. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Etkileri 53

2.1.2.3.1. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Olumlu Etkileri 54

2.1.2.3.2. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Olumsuz Etkileri 55

2.2. KÜLTÜR TURİZMİ 56

2.2.1. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi 59

2.2.2. Kültür Turizminin Gelişimine Etki Eden Faktörler 60

2.2.3. Kültür Turizminin Özellikleri 61

2.2.4. Kültür Turizminin Çeşitleri 61

2.2.5. Kültür Turizminin Kaynakları 64

2.2.6. Kültür Turizmi İle İlgili Kurum ve Kuruluşlar 65

2.2.7. Kültür Turisti 66

2.2.7.1. Kültür Turizmine Katılma Nedenleri 67

2.2.7.2. Kültür Turisti Tipleri 68

2.2.8. Sürdürülebilir Kültür Turizmi 69

2.2.9. Edirne İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli 74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK KÜLTÜR TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: EDİRNE İLİ UYGULAMASI

3.1. ARAŞTIRMA 77

3.1.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı 77

3.1.2. Araştırmanın Örneklem ve Sınırlılıkları 78

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi 79

3.1.4. Veri Toplama Tekniği 79

3.1.5. Veri Toplama Süreci 80

3.1.6. Verilerin Analizi 82

3.1.7. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği 83

3.2. DEĞERLENDİRME VE YORUMLAR 84

SONUÇ VE ÖNERİLER 107

KAYNAKÇA 114

EKLER

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
BM	Birleşmiş Milletler
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi
ÇEKÜL	Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı
HABİTAT	Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı
ICOMOS	Uluslararası Anıtlar ve Sitler Komisyonu
IUCN	Doğa ve Doğal Kaynakların Korunması için Uluslararası Birlik
NGO	Sivil Toplum Örgütleri
s.	Sayfa No
SOKÜM	Somut Olmayan Kültürel Miras
ss.	Sayfadan Sayfaya
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SWOT Analizi	Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Tehditler, Fırsatlar
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği
UNCED	Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WTO	Dünya Turizm Örgütü

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1:	Sürdürülebilir Turizm Tanımları	s. 29
Tablo 2:	Sürdürülebilir Turizm ve Diğer Turizm Faaliyetleri	s. 34
Tablo 3:	Kültür Turizmi İle İlgili Kurum ve Kuruluşlar	s. 65
Tablo 4:	Görüşme Soruları	s. 81
Tablo 5:	Mevcut Turistik Ürünler	s. 85
Tablo 6:	Rekabet Gücü	s. 93
Tablo 7:	Turistik Ürün Çeşitlendirmesi	s. 97
Tablo 8:	Kültür Turizminin Geliştirilmesi	s. 104

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:	Sürdürülebilir Turizm Kavramının Kronolojik Gelişimi	s. 28
Şekil 2:	Sürdürülebilir Turizm ve Diğer Terimler Arasındaki İlişki	s. 31
Şekil 3:	Kültürel Turizm Çeşitliliği	s. 63
Şekil 4:	Kültürel Turizm Kaynakları	s. 64
Şekil 5:	Kültür Turisti Tipleri	s. 69

EKLER LİSTESİ

EK 1:	Turizmde Global Etik İlkeler	ek s. 1
EK 2:	ICOMOS Uluslararası Kültür Turizmi İlkeleri	ek s. 7
EK 3:	Görüşme Soruları	ek s. 13
EK 4:	Görüşme Yapılan Katılımcılar	ek s. 14
EK 5:	Tema ve Kod Listesi	ek s. 15

GİRİŞ

Turizm sürekli gelişen ve değişen yapısıyla günümüzün en dinamik sektörlerinden biridir. Turizmin gelişmesiyle birlikte turizme kaynaklık eden doğal ve kültürel varlıklar geri döndürülemez zararlara uğramaktadır. Bu zararların önlenmesi amacıyla 1970'li yıllarda sürdürülebilir kalkınma ve buna bağlı olarak sürdürülebilir turizm kavramları ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel çevreye duyarlı, gelecek kuşakların da turizmden faydalanmasını amaçlayan uzun vadeli düşünmeyi gerektiren yerel halkın turizmden pay almasını savunan bir turizm şeklidir.

Sürdürülebilir turizmin etkisiyle turist profilleri değişmiş ve çevreye duyarlı, bilinçli turistlerin ortaya çıkmasıyla birlikte ülkeler turistlerin taleplerine cevap verebilmek ve turizm gelirlerini arttırmak amacıyla yeni turistik ürünler oluşturarak turistik ürün çeşitlendirmesine gitmişlerdir. Kültür turizmi de bunlardan biridir.

Kültür turizmi doğal, tarihi ve kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasında, bölgenin turizmine yönelik talep oluşturmada ve talebin arttırılmasında önemli bir etkendir. Kültür turizminin gelir attırıcı etkisinin yanında kültürel değerlerin korunması ve bölgenin potansiyelinin doğru kullanılabilmesi için tüm paydaşların işbirliği içinde çalışması ve doğru turizm politikaları uygulanması gerekmektedir.

Edirne, kültürel açıdan zengin bir potansiyele sahip olmasına rağmen bu potansiyelini değerlendirememekte, turizmi on iki aya yayamamakta ve turistleri konaklamalı bir şekilde Edirne'ye çekememektedir. Bu kapsamda Edirne ilinde kültür turizminin gelişmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için kültürel potansiyelinin değerlendirilmesi, uygulamaya geçirilecek plan ve projelerin ne şekilde yapılacağının belirlenmesi amacıyla planlama, tanıtım ve turistik ürün çeşitlendirme etkinliklerine ağırlık verilmelidir. Turizm alanında görev alan tüm paydaşlar işbirliği içerisinde çalışmalıdır. Böylece kente gelen turistlerin konaklamalı kalması sağlanırken yerel halka istihdam yaratılmış olur ve yerel halkın turizmden

pay alması sağlanır. Bununla birlikte kültürel mirasın korunması ve geleceğe taşınabilmesi adına kültür ve turizm bilinci oluşturulur.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölümde; turistik ürün, sürdürülebilir turizm ve kültür turizmi ile ilgili literatür taranmıştır. Birinci bölümde turistik ürün ve sürdürülebilir turizm kavramları çerçevesinde turistik ürünü oluşturan unsurlar, turistik ürünün özellikleri, turistik ürün çeşitlendirmesi ve sürdürülebilir turizmin ilkeleri, amaçları, faydaları, gelişmesinin nedenleri, aktörleri, başarı koşulları ve sürdürülebilir turizm planlaması incelenmiştir.

İkinci bölüm kültürel miras ve kültür turizmine ayrılmıştır. Kültür turizmi kapsamında; kültür turizminin tarihsel gelişimi, özellikleri, çeşitleri, kaynakları ve sürdürülebilir kültür turizmi değerlendirilmiştir. İlk iki bölümde literatür taramasına ağırlık verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, Edirne ilinin kültürel mirasının sürdürülebilirliği konusunda 19 uzmanla görüşme yapılmış ve bu doğrultuda önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

1.1. TURİSTİK ÜRÜN

Turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında sürekli olarak yerleşmemek üzere, serbest bir ortam içerisinde herhangi bir turistik motifin (iş, merak, din, spor, kültür, akraba ziyareti, vb.) etkisiyle kişisel veya toplu halde yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan ya da bu yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süre ile konaklamalarından meydana gelen iş ve ilişkileri kapsayan bir tüketim olayı, sosyal bir olaydır[1]. Turizme katılanlar, gittikleri yerlerde zorunlu ve zorunlu olmayan ihtiyaçlarını karşılarken mal ve hizmet tüketirler. Bu mal ve hizmetler turizm faaliyetleri sırasında tüketildikleri için turistik ürün kapsamına girmektedir.

Turistik ürün, turistin talebini karşılayacak mal ve hizmet sunumunu kapsayan üretim etkinliklerinin bir sonucudur ve turizm tüketimi olarak açıklanabilir[2].

Turizm pazarında yaşanan rekabet nedeniyle turistik ürünlerin geliştirilmesi ve farklılaştırılması önemlidir. Bunun nedeni; turizm talebinde meydana gelen değişmeler karşısında bu talebe uygun turistik ürünlerin arz edilmesi gerekliliğidir[3].

Çalışmanın bu bölümünde turistik ürün, turistik ürün çeşitlendirmesi, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm ile ilgili kavramsal açıklamalar yapılmıştır.

---

[1]Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi,** Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir, 1988, ss. 35-36.
[2]Gareth Shaw ve M. Allan Williams, **Critical Issues In Tourism, A Geographical Perspective,** Blackwell Publishers Inc., Oxford, 1996, s. 97.
[3]Mustafa Sarkım, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, (**Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s. 136.

1.1.1. Turistik Ürün Kavramı

Turistik ürün turizm sektörünün devamlılığı için en önemli unsurlardan biridir[4]. Turistik ürün, pazarlama karması elemanlarından biri olan mal (ürün) elemanını temel alır ve turizm ile doğrudan ve dolaylı olarak ilgilenen işletmeler ve diğer turizm unsurlarını ele alan geniş bir kavramdır[5].

Turistik ürün, hem mal hem de hizmet niteliğindeki ürünlerin büyük bir kısmıyla ilişkili; fakat farklı ve çok boyutlu bir kavramdır[6].

Turistik ürün ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır; ancak tek bir tanım üzerinde görüş birliğine varılamamıştır. Aşağıda bu tanımlardan bazılarına yer verilmiştir.

Doswell'e göre turizm ürünü, gidilen yerde konaklama boyunca ziyaret edilen yerleri, yararlanılan hizmet ve olanakları içerir. Ayrıca yaşanılan her deneyim ziyaretçiler için turistik ürünü oluşturan her şeydir[7].

Hacıoğlu'na göre turistik ürün değişik nitelikteki öğelerden oluşan karmaşık bir üretimdir ve turizmde ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlki; bir ülke veya yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünü, ikincisi; tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına olanak sağlayan tüm hizmetler, yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin tümüdür[8].

Burkart ve Medlik ise turistik ürünü dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde tanımlamıştır. Dar anlamda turistik ürün, turistin satın aldığı her şey iken; geniş anlamda bileşik bir üründür ve turistin destinasyonda yaptığı her şeydir. Bunlar ulaşım, konaklama, çekicilikler ve eğlencenin bir karışımıdır[9].

---

[4] Füsun İstanbullu Dinçer ve Suna Muğan Ertuğrul, "Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında Ürün", **Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P 7C,** Editör: Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol, Burhanettin Zengin, Değişim Yayınları, İstanbul, 2009, s. 59 (7P 7C).
[5] Çağatay Ünüsan ve Mete Sezgin, **Turizm Pazarlaması,** Literatürk İstanbul, 2007, s. 89.
[6] Osman Çolakoğlu, "Turistik Ürün Kavramına Genel Yaklaşım", **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 50.
[7] Roger Doswell, **Tourism: How Effective Management Makes The Difference,** Butterworth - Heinemann, Oxford, 1997, s. 48.
[8] Necdet Hacıoğlu, **Turizm Pazarlaması,** Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008,s. 39.
[9] A.J.Burkart ve S. Medlik, **Tourism: Past, Present and Future,** Butterworth - Heinemann, London, 1981, s. 48.

Olalı turistik ürünü, turistin seyahat ve geçici konaklamasından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal, hizmet ya da mallar ve hizmetler karışımı veya her ikisinin karışımından oluşan bir kapasite olarak ifade etmektedir[10].

Olalı'nın tanımına benzer şekilde Olalı ve Timur da turistik ürünü *"turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetler veya mal ve hizmetlerin karışımı ya da çokluklu mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir"* şeklinde açıklamışlardır. Bu tanıma göre turistik ürün, sadece mal ya da hizmet olabileceği gibi (uçakta bir koltuğun satışı) ihtiyacı karşılayabilecek mal ve hizmet karışımı (konaklama hizmetleri) veya hepsinin karışımı bir paket (bilet satışı, konaklama, eğlence, vb. içeren bir paket tur) de olabilir[11].

Turistik ürün, bir turistin seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen sürede ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla elde ettiği ve turizm arzını oluşturan faktörler tarafından sunulan objektif ve sübjektif değerlerin tümüdür[12].

Turistik ürün, ikamet yerinde karşılanmayan ihtiyaçları karşılama niteliği olan mal ve hizmetlerdir. Rızaoğlu'na göre turistik ürün toplam turistik ürün ve bireysel (tekil) turistik ürün olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Turistik ürün, tüketicilerin bakış açısından bakıldığında toplam bir üründür. Bir turistin destinasyona gidişi, konaklama, ulaştırma, eğlence, dinlence gibi değişik unsurları kapsamaktadır. Kısaca toplam turistik ürün, farklı ürünlerin uyumlu bir şekilde birlikteliğinden oluşmaktadır[13]. Bireysel (tekil) turistik ürün ise, işletmelerin bakış açısından değerlendirildiğinde tek tek ürünlerdir. Havayolu işletmeleri, eğlence -dinlence işletmeleri, otomobil kiralama işletmeleri ve diğer işletmeler gibi turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler kendi hizmetleri üzerinde yoğunlaşarak sundukları ürünleri dar bir açıdan değerlendirirler. Kısaca bireysel turistik ürün, hedef tüketici bölümlerinin belirlenmiş ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda işletmelerin belirlenmiş ürünlerini içermektedir[14].

---

[10] Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması,** Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir, 1982, s. 131.
[11] Olalı ve Timur, s. 421.
[12] Orhan İçöz ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi,** Turhan Kitapevi, Ankara, 2002, s. 15.
[13] Bahattin Rızaoğlu, **Turizm Pazarlaması,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2004, s. 172.
[14] Rızaoğlu, s. 177.

Middleton, turistik ürünü toplam turistik ürün ve ticari turistik ürün olmak üzere iki şekilde tanımlamıştır. Toplam turistik ürün, turistin evinden ayrılıp geri dönünceye kadar geçen zamanda elde ettiği deneyimin tamamı iken; ticari turistik ürün ise konaklama, ulaşım gibi toplam turistik ürünün bileşiminden oluşmaktadır[15].

Turistik ürün genel olarak, tüketim isteği uyandıran doğal, sosyal ve kültürel verilerin bu isteği arttıracak hizmet ve faaliyetlerle birlikte değerlendirilmesiyle oluşan karma bir ürün olarak açıklanmıştır[16].

Turistik ürünler aynı zamanda talep yaratma ve turist çekebilme güçlerine göre de sınıflandırılabilir. Buradaki ölçüt turistik ürünün tek başına turisti varış yerine çekip çekmemesidir ve böyle bir ölçütte turistik ürün çeşidi, destekleyici turistik ürün, alternatif turistik ürün ve turistik ürün farklılaştırması gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır[17]. Bu kavramlar aşağıda tanımlanmıştır.

Turistik ürün çeşidi; tek başına çekim gücüne sahip, talep yaratan ve varış yerine turist çeken ürünlerdir[18].

Destekleyici turistik ürün; tek başına bir çekim gücüne sahip olmakla birlikte tek başına talep yaratamayan, turistik destinasyonun çekim gücünü ve var olan turistik ürününü destekleyen ürünlerdir[19].

Alternatif turistik ürün; bu turizm ürünüyle ilgili iki temel yaklaşımdan söz edilmektedir. İlki; diğer turistik ürün türlerine bağlı; ancak tamamlayıcı bir tür olduğu; ikincisi ise oluşumu yönünden geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip daha özel konularla harekete geçirilen bir tür olduğudur. Bu özellikler genel olarak

---

[15] Victor T. C. Middleton, **Marketing in Travel and Tourism,** Butterworth- Heinemann, Oxford, 1988, s. 78.
[16]Öcal Usta, **Turizm: Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım,** Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988, s. 167.
[17]Övünç Bardakoğlu, **Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2011, s. 48.
[18] Bardakoğlu, s. 48.
[19] Bardakoğlu, s. 48.

doğal çekicilikler, turistik talepteki kendine has birtakım özellikler olarak açıklanmaktadır[20].

Turistik ürün farklılaştırması; bir ülke veya bölgenin mevcut turistik ürününde biçim, nitelik ya da fiyat gibi değişiklikler yapılarak pazara sunulmasıdır. Turistik ürün farklılaştırmanın amacı, bir destinasyonun sunduğu kendi turistik ürününün diğer destinasyonların sahip olduğu benzer ürünlerden farklı olduğu imajını yaratarak potansiyel turistleri çekebilmektir [21].

Yukarıdaki turistik ürün tanımlarından yola çıkarak turistik ürün, bir destinasyonun sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel kaynakların tüketim isteği uyandırması, bu isteği arttıracak konaklama, ulaşım, çekicilikler gibi hizmetlerin turiste sunulması ve turistin tatili boyunca satın aldığı her şeydir.

1.1.2. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Bileşik bir özellik taşıyan turistik ürün ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence hizmetleri, çekiciliği bulunan yer ve olayların ve benzerlerinin bir araya gelmesiyle oluşur[22]. Turistik ürünlerin tanımında olduğu gibi turistik ürünü oluşturan unsurlar konusunda da tam bir fikir ortaklığı bulunmamaktadır.

Turistik ürünü Olalı ve Timur, Hacıoğlu, Erdoğan, Burkart ve Medlik çekicilikler, olanaklar ve ulaşılabilirlik unsurlarının bileşimi olarak değerlendirmişlerdir. Kozak, Uygur ise turistik ürünü çekicilik, etkinlikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imaj olarak belirlemiştir. İslamoğlu ve Middleton ise çekicilikler, olanaklar, ulaşılabilirlik, imaj ve fiyat olmak üzere beş grupta toplamıştır. Bu çalışmada turistik ürünü oluşturan unsurlar İslamoğlu ve Middleton'un kullandığı biçimde beş gruba ayrılarak incelenmiştir.

---

[20] Necdet Hacıoğlı ve Cevdet Avcıkurt, "Turistik Ürün, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Alternatif Turizm", **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**, Editör: Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008, s. 9.
[21] Sarkım, s. 153.
[22] Mikdat Erol, **Turizm Pazarlaması,** Ekin Kitabevi, İstanbul, 2003, s. 83.

1.1.2.1. Çekicilikler

Bir bölge, mal ya da hizmetin turistik ürün olarak dikkate alınması için çekici olması gerekmektedir[23]. Çekicilik, turistin gitmek istediği bir yeri diğer bir yere tercih etmesini etkileyen unsurdur.[24] Çekicilik faktörü yöresel ve ulusal düzeyde olabileceği gibi uluslararası nitelikte de olabilir[25].

Turistik çekicilik bir ülke, bölge veya yöreye talebi yönlendiren, turistik akışı sağlayan faktörlerdir. Çekicilik unsuru, yer ve olay çekiciliği şeklinde oluşmaktadır[26].

Yer çekiciliği; turisti bir bölge veya yöreye gitmek için harekete geçiren etkenlerdir[27]. Destinasyonun kendisi herhangi bir özelliğinden dolayı turistleri çekiyorsa bu durum yer çekiciliğine örnektir[28].

Olay çekiciliği ise; turistlerin seçiminde destinasyonun özellikleri değil de burada sunulan olayların etkili olmasıdır[29]. Örneğin; İzmir Uluslararası Fuarı, Olimpiyat Oyunları, vb[30].

İslamoğlu çekicilikleri doğal, kültürel ve sosyal çekicilikler olarak belirtmiştir. Doğal çekiciliklere örnek olarak manzara, deniz, vb. verirken; kültürel çekicilikleri tarih, folklorik özellikler, festivaller olarak değerlendirmiş; sosyal çekiciliklere ise yaşam biçimleri ve dili örnek vermiştir[31].

Middleton'a göre çekicilikler yöre çekicilikleri ve çevre olarak belirlenmiştir. Bunlar tüketicinin seçimini büyük ölçüde belirleyen ve turistin satın alma kararını etkileyen motivasyonlardır. Bunlar doğal çekicilikler, insan yapımı çekicilikler, kültürel çekicilikler ve sosyal çekicilikler olmak üzere dört gruptur[32].

---

[23] Nazmi Kozak ve diğerleri, **Genel Turizm: İlkeler – Kavramlar,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2012, s. 42.
[24]Selma Meydan Uygur, **Turizm Pazarlaması,** Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s. 239.
[25] Hacıoğlu, s. 41.
[26] Olalı ve Timur, s. 424.
[27] Olalı, s. 132.
[28] Rızaoğlu, s. 173.
[29] Rızaoğlu, s. 173.
[30] Olalı, s. 132.
[31] A. Hamdi İslamoğlu, **Turizm Pazarlaması,** Beta Basım Yayıncılık, İstanbul, 2010, s. 126.
[32] Middleton, s. 79.

Doğal çekicilikler; manzara, deniz manzarası, plajlar, iklim ve diğer coğrafi özelliklerdir.

İnsan yapımı çekicilikler; tarihi ve modern mimari, anıtlar, mesire yerleri, park ve bahçeler, marinalar, kayak alanları, golf sahaları, vb.dir.

Kültürel çekicilikler; tarih ve folklor, din ve sanat, tiyatro, gösteriler ve müzelerdir.

Sosyal çekicilikler; yerel halkın yaşam biçimi, dili ve sosyal durumudur.

Genellikle turistik bölge ya da yörede bu çekiciliklerin çoğu bir arada bulunur ve bunların çokluğu, turistin bu yöreyi tercih etmesinde rakiplerine karşı avantaj sağlar[33].

Turistik ürüne (ülke, bölge ya da yöre) yönelik talebi şekillendiren çekiciliklerden yararlanmada çekiciliklerin çekim güçlerinin sürdürülebilir olmasına ve aşırı kullanım nedeniyle çekim güçlerini kaybetmemelerine dikkat edilmesi gerekmektedir[34].

1.1.2.2. Olanaklar

Olanaklar, çekicilik unsurunun tamamlayıcısıdır[35]. Turiste sunulan hizmet olanakları doğrudan turist akımı yaratmayabilir. Olay ve yer çekiciliği olan yerlerde turizm işletmeleri yoksa turistik ürün de oluşmayacaktır[36].

Turizm, turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri içine alan bir sektör konumunda olduğundan ulaştırma, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinin yer almadığı bir turizm hareketinden söz edilemez. Turizm ürününü oluşturan turizm işletmeleri arasında ilk sırayı ulaştırma işletmeleri almaktadır. Ulaştırma işletmeleri kara, hava, deniz ve demir yolu olmak üzere dörde ayrılmaktadır. İkinci sırayı konaklama işletmeleri almaktadır. Konaklama işletmeleri kendi içinde otel, motel, tatil köyü, pansiyon gibi türlere ayrılmaktadır[37]. Turizm işletmeleri kapsamında diğer

[33] Sarkım, s. 144.
[34] Bardakoğlu, s. 54.
[35] Olalı, s. 132.
[36] Hacıoğlu, s. 41.
[37] Nazmi Kozak, **Turizm Pazarlaması,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2010, s. 129.

bir işletme türü de yiyecek-içecek işletmeleridir. Yiyecek-içecek işletmeleri genellikle müstakil hizmet veren işletmelerdir. Diğer yandan konaklama işletmeleri bünyesinde de yer alabilirler. Turizm ürünü üreten işletmeler arasında diğer bir sırayı tur operatörleri ve seyahat acenteleri alır. Tur operatörleri, toptancı işletmelerdir ve paket tur gibi ürünleri oluştururlar. Seyahat acenteleri ise, aracılık hizmeti veren işletmeler olarak işlevlerini yerine getirmektedir. Diğer turizm işletmeleri türleri arasında hediyelik eşya üreten ve pazarlayan işletmeler, fuar, kongre ve eğlence hizmeti veren işletmeler sayılabilir[38].

1.1.2.3. Ulaşılabilirlik

Herhangi bir bölgenin veya yörenin bir çekicilik özelliğine sahip olması, talep çekebilmesi açısından tek başına yeterli değildir[39].

Ulaşılabilirlik, "kolay elde edilebilirlik" olarak da adlandırılmaktadır. Kolay elde edilebilirlik, çekicilik faktörünü tamamlayan bir unsurdur. Destinasyona zaman ve fiyat bakımından kolay ulaşabilmeyi içermektedir[40].

Yer ve olay çekiciliği; hizmet işletmelerinin kullanılan ve tüketilen bir turistik ürün olması onlara ulaşımıyla doğru orantılıdır. Ulaşılabilirlik; fiziki mesafe, zaman ve ulaşım masrafları ile ölçülür. Bir turistik ürünün ulaşılabilirliği onun kolay ve ekonomik olmasına bağlıdır[41].

Büyük kentlere yakın olan çekici yerler turist akışını hızlandırırlar. Bu nedenle, turistik ürünlerin başarıyla pazarlanmasında ulaşılabilirliğin; uzaklık bakımından yakın, zaman bakımından kısa ve maliyetler bakımından ucuz olması gerekir[42].

---

[38] Kozak ve diğerleri, s. 44.
[39] Hacıoğlu ve Avcıkurt, s. 6.
[40] Çolakoğlu, s. 57.
[41] Hacıoğlı, ss. 41- 42.
[42] Kozak, s. 128.

1.1.2.4. İmaj

İmaj, ülkenin ya da bölgenin otel, yol gibi konaklama ve ulaşım durumu, hayat düzeyi ve rekreasyon imkanları hakkında, kısaca modern turistik donatım üzerine fikir verebilmelidir[43].

Turizm bölgelerinin zamanla sahip oldukları imajları, tüketicilerin söz konusu bölge ve yöreleri tercih etmesinin sebepleri arasında yer almaktadır[44].

Turistik bir yöreye gitmek için yörenin imajı gerekli değildir. İmaj, tüketicinin zihnini etkileyen motivasyonlardır[45]. Örneğin; fazla bir özelliği ve çekiciliği olmayan bir yere tanınmış kişilerin gitmesi, gösteriş meraklısı olan kişilerin buralara gitmesine sebep olacaktır[46].

Bir yer ile ilgili imaj, tüketicinin zihninde oluşmaktadır. Bu imaj olumlu ise o yere gidilmekte, olumsuz ise başka bir yere gidilmektedir. Turistik bir bölge ya da yörenin imajını tarihi, kültürel değerleri, efsaneler, politik bakış açısı, güncel gelişmeler ve uluslararası ilişkiler etkileyebilir[47].

1.1.2.5. Fiyat

Fiyat, turiste birleşik olarak sunulan hizmetlerin tümünü oluşturan turistik ürünün en önemli niteliklerinden biridir[48].

Destinasyonun ziyaret edilmesi bir fiyat (bedel) gerektirmektedir. Bu fiyat konaklama, gezi ve var olan çekiciliklerden seçilmiş olanların katılma maliyetlerinden oluşan toplamdır[49]. Fiyat, seyahate çıkma kararının alınmasında, seyahat türünün, yerinin ve süresinin belirlenmesinde, gelir unsuruyla beraber önemli bir rol oynamaktadır[50].

---

[43] Hasan Olalı ve diğerleri, **Dış Tanıtım ve Turizm**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1983, s. 142.
[44] Kozak, s. 130.
[45] Middleton, s. 80.
[46] Sarkım, s. 145.
[47] Doswell, s. 51.
[48] Adnan Türksoy, "Turistik Ürün Fiyat Politikası" **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 165.
[49] Rızaoğlu, s. 175.
[50] Olalı ve Timur, s. 245.

Fiyat düzeyleri özellikle orta ve alt gelir gruplarındaki turistler için önemli bir çekicilik unsurudur[51]. Belirlenen fiyat, destinasyonun imajına uygun ve rekabet edilebilir olmalıdır[52].

Turistik ürünün fiyatı turizm sezonuna, turizm etkinliğinin türüne, döviz kuruna, destinasyonun uzaklığına, ulaşım türüne ve hizmet olanaklarına göre değişebilmektedir[53].

Fiyat faktörü, turistin kişisel bütçesine ve tatildeki günlük harcamalarında etkilidir. Bunun yanında tatil yerinin seçiminde; alışkanlıklar, psikolojik etkenler, snobizm (taklitçilik) ve reklam gibi faktörler fiyatın etkinliğini azaltmaktadır[54].

1.1.3. Turistik Ürünün Özellikleri

Turistik ürünün kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerin bir bölümü turizmin hizmet sektörü olmasından kaynaklanmakta, bir bölümü de turistik ürünün kendine has birtakım farklılıklarına dayanmaktadır[55]. Turistik ürünün özellikleri aşağıda sıralanmıştır.

- Turistik ürün konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve eğlence gibi birçok hizmetin birleşimidir ve turistik ürünü oluşturan hizmetleri genel olarak turistler birleştirmektedir[56].
- Turistik ürünü oluşturan hizmetler turistler tarafından oluşturulduğu için herkese uygun bir turistik ürün oluşturmak zordur[57].
- Tüketiciler, almak istedikleri ürünü önceden göremezler. Ürünün bir örneğini seçmek veya incelemek için tüketiciye gönderme ya da bunları vitrinde sergileme imkanı bulunmamaktadır[58].

[51] İslamoğlu, s. 127.
[52] Doswell, s. 53.
[53] Middleton, s. 80.
[54] Olalı ve Timur, s. 245.
[55] Kozak, s.130.
[56] Olalı, s. 133.
[57] Olalı, s. 133.
[58] Usta, s. 168.

- Turistik ürün, üretim yerinde tüketilmesi gereken bir üründür. Diğer bir deyişle turist, turistik tüketim için mal ve hizmetlerin üretildiği yere gitmek zorundadır[59].
- Turistik ürün üretimi ve tüketimi aynı zamanda olmaktadır. Çoğunlukla ürün önce satılmakta, sonra üretilmekte ve son olarak tüketilmektedir[60].
- Turizm ürünleri emek-yoğun bir üretim şeklinde olduğundan makineleşme ve otomasyona uygun değildir[61].
- Turistik ürünün bir diğer özelliği, bunların birbirlerine benzemeleri; fakat aynı olmayışlarıdır. Malların türdeş olması tam rekabet piyasasının özelliklerinden biridir. Turizm ürünü ise homojen (türdeş) değil, heterojen (ayrık) bir özelliği barındırır. Onun bu özelliği kalite ve standardının değişebilir olması, turistik ürünü diğer ürünlerden ayırır[62] .
- Turistik ürünlerde öznel değerlendirme daha fazladır[63].
- Turistik ürünler depolanamaz, taşınamaz ve teslim süresi verilerek dağıtılamazlar[64].
- Turistik üründe markaya bağımlılık çok azdır. Turistik ürün bir ülke ya da yöre olabilir[65].
- Turistik ürüne olan talep, çoğunlukla kişisel gelir seviyesine, yeterli boş zamana ve tüketicinin seyahatten zevk alacak kültür seviyesine sahip olmasına bağlıdır[66].

---

[59] Olalı ve Timur, s. 422.
[60] Olalı, s. 133.
[61] Hacıoğlu, s. 42.
[62] Harun Erdoğan, **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm,** Bursa, Uludağ Üniversitesi Basımevi, 1995, s. 42.
[63] Hacıoğlu, s. 42.
[64] Usta, s. 168.
[65] Hacıoğlu, s. 42.
[66] Olalı ve Timur, s. 423.

1.2. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ

20. yüzyılın sonu ve 21. yüzyılın başlarında dünya ekonomik, sosyal ve siyasi birtakım değişimlere uğramıştır. 1960'lı yıllarda ortaya çıkan ve 1980'lerden itibaren sıkça kullanılmaya başlayan küreselleşme kavramı insanlığın hayatını etkileyen önemli bir olgudur. Bireyler, toplumlar ve ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşmasına bağlı olarak üretim faktörleri (emek, sermaye, doğal kaynaklar) kültür, toplum, siyaset, eğitim, bilgi ve teknoloji sınır ötesi bir nitelik kazanmıştır. Küreselleşmeyle birlikte dünya genelinde, teknolojide, iletişimde ve ulaşımda değişiklikler yaşanmıştır[67]. Teknoloji, siyasal ve ekonomi alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak turizm, farklı bir anlam kazanarak dinlenme, eğlenme ve boş zaman değerlendirme ile bütünleşen bir olgu olarak kabul görmeye başlamıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda turist profili değişmiş, turizmin önemini fark eden ülkeler turizmden daha fazla pay alabilmek için rekabet etmeye başlamışlar[68] ve turizmi tüm yıla yaymak zorunda kalmışlardır. Bunun için de turizmi çeşitlendirme yoluna gidilmiştir. Turistik ürün çeşitlendirmesiyle turistlere (talebe) yeni olanaklar sunularak sadece belirli turistik destinasyonlara olan yoğunluk azalmış olacaktır[69].

Turistik ürün çeşitlendirmesi, turizm piyasasına sunulan turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi anlamına gelmektedir. Ürün çeşitlendirme, ülkenin satışa çıkardığı turistik ürünlerin sayı ve türünde yapılan değişiklikleri ifade etmektedir. Ürün çeşitlendirmenin temel ilkesi var olan ürün terk edilmeden yeni ürün oluşturmadır[70].

1.2.1. Turistik Ürün Çeşitlendirme Kavramı

Turistik ürün çeşitlendirmesi, doğrudan çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek yeni pazarlara girmek suretiyle büyümeyi ifade etmektedir. Kongre, sağlık,

---

[67]Hüseyin Çeken ve diğerleri, "Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki" **Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE),** Sayı: 22, 2009, ss. 21-22.

[68]Okan Çolak, **Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2009, ss. 11-12.

[69] İbrahim Çetin, **Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Eko-Turizmin Yapısal Analizi ve Türkiye'de Geliştirme Stratejileri (Örnek Bir Uygulama),** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2001, s. 23.

[70] Sarkım, s. 157.

kültür, yat, yayla, golf, inanç, av, kış turizmi gibi ürünler doğrudan çekim gücü yaratan ürünlerdir ve turistik ürün çeşitlendirme kapsamında değerlendirilmektedirler[71].

Turizmin kullandığı alanların çeşitli olması, turistik üründe de çeşitlilik yaratılmasını gerektirmektedir. Turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak öncelikle arz kaynaklarına bağlıdır. Turistik ürün çeşitleri destinasyonun sahip olduğu alt ve üst yapı imkanları, tamamlayıcı hizmetler ile doğal, kültürel ve toplumsal kaynakların farklılığına bağlı olarak değişmektedir. Bazı destinasyonlar birden fazla turistik arz kaynağına sahip olabilir. Bu destinasyonlarda birbirini destekleyecek biçimde turistik ürün çeşitlendirmesi yapmak arz kaynakları kısıtlı destinasyonlara göre daha faydalı olabilir[72].

Turistik ürün çeşitlendirme, iki şekilde gerçekleştirilebilir. Bunlardan ilki, alternatif turizm türlerinin geliştirilmesidir. Kitle turizminin doğal, kültürel ve çevresel kaynaklara zarar vermesi ve aynı zamanda sıradanlaşması, tüketicilerin tatil beklentilerini de değiştirmiştir. Tüketicilerin kişiye özel, kaliteli ürün ve hizmetlere yönelmesiyle, turizm ürünü sağlayıcıları farklı beklentileri karşılayabilecek alternatif turistik ürünler oluşturmaya başlamışlardır[73].

Diğer bir turistik ürün çeşitlendirme biçimiyse var olan ürünün farklı bir yönetim anlayışı ve politikayla sunulmasıdır. Turistik ürünün bileşik bir yapıya sahip olması ve bileşenlerin çokluğu pazarlama yönetimi açısından dikkat gerektiren bir durumdur. Sözü edilen durumda ürünün tek tek veya bütün olarak oluşturduğu imaj ve bu imaj etrafında olumlu veya olumsuz izlenimlerin varlığı turistik ürüne olan yaklaşımı etkileyecektir. Bu kapsamda bir ülke veya destinasyonda turistik ürünün sunulmasında rol alan yöneticilerin yönetim anlayışı, mevcut ve potansiyel turistleri yönlendirebilir[74].

---

[71] Zehra Ege, "Türkiye'de Turistik Ürün Çeşitlendirme Potansiyeli", **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 361.
[72] Mahmut Demir ve Şirvan Ş. Demir, "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma", **D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** Cilt: 6, Sayı: 1, 2004, s. 95.
[73] Yeşim Coşar, "Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi", **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, 2014, s. 123.
[74] Ünüsan ve Sezgin, s. 92.

Turistik ürün çeşitlendirmesinde etkinlik sağlanması için destinasyona uygun bir turistik ürün planlamasının yapılması gerekir. Bunun için de turist profillerinin tanımlanması, turistik gereksinimlerin belirlenmesi, üreticilere yol gösterilmesi, maddi ve fiziki kaynakların sağlanması, sürdürülebilir turizm kalkınma ilkelerine uygun turistik ürün çeşitlerinin seçilmesi, turistik ürün kalitesinin ve güvenlik önlemlerinin alınmış olması gerekmektedir[75].

1.2.2. Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Nedenleri

21. yüzyılda yaşanan teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel, siyasal vb. değişimler turizmi de etkilemiş ve tüketicilerin beklentilerinin değişmesine sebep olmuştur. Bu değişim onları yeni arayışlara itmiştir. Turizm trendlerindeki değişimlere cevap verebilmek için ülkeler/destinasyonlar ürünlerine yenilerini eklemek ve farklı turistik ürünler ortaya koymak için bir çabaya girmişlerdir. Bunun için de turizmi çeşitlendirme yoluna gitmişlerdir. Turistik ürün çeşitlendirme turizmin tüm yıla yayılmasını sağlamaktadır[76].

Turistik ürün çeşitlendirme nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır. Bunlar; Uluslararası turizm hareketlerindeki değişmeler, turist profilinin değişimi ve turizmde son eğilimler, rekabet, teknoloji, üretim ve pazarlama olanaklarının geliştirilmesidir[77].

1.2.2.1. Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişmeler

Küreselleşmeye bağlı olarak turizmin gelişmesi hızlanmış ve kitle turizmine katılan turistler farklılık arayışına girmiştir[78]. Bu bağlamda turizmin çeşitlendirilmesi sonucu turizmin pazar payı artmıştır. Özellikle turistik ürünün niteliğine bağlı olarak kırsal turizm, kültür turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi, yat turizmi, doğa turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır[79]. Gelecek dönemlerde uluslararası turizm hareketlerinin gelir düzeyi

---

[75] Dinçer ve Ertuğrul, s. 63 – 64, (7P 7C).
[76] Funda Cengiz, **Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2012, ss. 8-9.
[77] Çolak, s. 14.
[78] Çeken ve diğerleri, ss. 29- 30.
[79] Dinçer ve Ertuğrul, s. 64, (7P 7C).

yüksek, turizm pazarından daha bakir turistik arz kaynaklarına sahip ve bu değerlerini tanıtabilen yeni çekim merkezlerine doğru yöneleceği öngörülmektedir[80].

1.2.2.2. Turist Profilinin Değişimi ve Turizmde Son Eğilimler

Küreselleşme ile birlikte turizmde birçok yenilik yaşanmıştır. Yaşanan yeniliklerden biri de turistlerin davranış ve tercihlerindeki değişmedir. Bu sebeple ülkeler turizm politikalarını gözden geçirmekte, uluslararası talepteki değişiklik ve yenilikleri analiz ederek rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirmektedirler. Dünya Turizm Örgütü (WTO) yeni turist profilini "*bağımsız, deneyimli, teknolojiye uyumlu, kaliteli ürün ve kaliteli hizmet bekleyen, daha aktif, diğer kültürleri tanımaya açık, yıl içende daha sık tatil talep eden, çevreye ve kültüre duyarlı*" olarak açıklamıştır. Buna göre 2000 - 2020 döneminde temel eğilimler ve turist profiline dair saptamalar[81];

- Deneyimli turist sayısının artacağı,
- Turist tercihlerinin kutuplaşarak yenilik ve çeşitlilik talebinin artacağı, ürün geliştirmede deniz- kum- güneş (3S)'in yerini heyecan-eğlence -eğitim (3E)'in alacağı,
- İnsan ömrünün uzamasına bağlı olarak emekli yaşam süresinin uzayacağı ve tatile daha çok zaman ayrılacağı,
- Ortalama çalışma süreleri kısalarak tatile ayrılan sürelerin artacağı,
- Turizmde rekabet, teknolojik yenilik, hizmet kalitesi ve tüketici bilinci gibi kavramların önem kazanacağı ve bu durumun turizm sektörünün kendisini yenilemesine neden olacağı şeklindedir[82].

1.2.2.3. Rekabet

Turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte ülkeler, turizm gelirlerini arttırmak için birbirleriyle rekabet etmekte ve bu rekabette kendilerini ön plana çıkaracak yeni yol ve yöntemler aramaktadır[83].

---

[80] Çeken ve diğerleri, ss. 29-30.
[81] Emekli ve diğerleri, "Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye", **Ege Coğrafya Dergisi,** Sayı:15, 2006, s. 11.
[82] Emekli ve diğerleri, s. 11.
[83] Aslı Albayrak, "Türk Turizminde Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmenin Ön Koşulu: Ülke İmajı", **12. Ulusal Turizm Kongresi,** 30 Kasım - 4 Aralık 2011, Akçakoca - Düzce, s. 42.

II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızla büyüyen turizm sektöründe, ülkelerin paylarını arttırma çabaları turizm rekabetini doğurmakta ve yeni destinasyonlar ile ürünlerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Turizm, bir sektör olarak uygun potansiyele sahip ülkelerin ekonomilerine katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple, birçok ülke ekonomik büyüme ve kalkınmaları için gerekli döviz girdisini sağlamak, yeni istihdam olanakları yaratmak ve pazar payını arttırmak için uluslararası turizm piyasasında birbirleriyle rekabet içindedirler[84].

Dünyada değişen ekonomik, siyasi, kültürel ve toplumsal koşulların etkisiyle ülke ekonomileri ve bu ekonomileri oluşturan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, rekabet edilebilirliklerine bağlıdır. Artan küresel rekabet ortamında turizm işletmelerinin; *esneklik, çabuk tepki verebilme ve değişen koşullara* hızla uyum sağlama konusunda gereken tedbirleri almaları gerekmektedir. Bu nedenle; turizm sektöründe yer alan seyahat, konaklama ve yiyecek - içecek işletmeleri; rekabetin giderek arttığı, küreselleşme ve teknolojik yeniliklerin çok hızlı yaşandığı değişmeler ve gelişmeler karşısında kar elde etmek ve mevcut pazar paylarını kaybetmemek için rekabetçi güçlerini analiz etmeli ve buna uygun politika ve stratejiler geliştirmelidirler[85].

Turizm sektöründe gelişen ve değişen rekabet şartlarına uyumlu olarak sektörün yeni rekabet yapısında turistik ürün ağırlıklı bir oluşum olmalıdır. Bu bağlamda yeni yüzyılın yeni rekabet gücünün turistik üründe rekabet etmeyi gerekli kılmaktadır. Bu rekabeti uzun ömürlü kılmanın tek koşulu turistik üründe sürdürülebilir bir yapıyı gerçekleştirmektir[86].

1.2.2.4. Teknoloji

Turizm endüstrisi dünya çapında ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel etkileri ile hizmet sektörü içinde çok önemli bir paya sahiptir. Günümüzde globalleşen

---

[84] Ozan Bahar ve Metin Kozak, "Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Cilt:16, Sayı: 2, 2005, s. 141.
[85]Bahar ve Kozak, s. 141.
[86]Nurdan Kuşat, "Turizm Sektöründe Küreselleşmenin Etkisi ve Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliği", **12. Ulusal Turizm Kongresi,** 30 Kasım - 4 Aralık 2011, Akçakoca - Düzce, s. 34

dünyada teknoloji ve bilginin hız kazanmasıyla turizm endüstrisinde hızlı bir büyüme olmuştur[87].

Günümüzde eskiyi çağrıştıran sektörler önemini, karlılığını, istihdam hacmini, üretim kapasitesini zaman içerisinde kaybederken enformasyon ve iletişim teknolojilerini içeren sektörler ekonomik büyümenin itici gücü haline gelmektedir. Bilgi ve teknolojiyi kullanan işletmeler rekabet avantajı kazanırken, bu sürece uyum sağlayamayan işletmeler ise piyasa ekonomisinde varlıklarını sürdüremeyeceklerdir. Bu anlamda turizm sektörü teknoloji ve yenilik tabanlı değişimlerden etkilenmiştir. Turizm endüstrisinin gelişme ve değişmesinde ulaştırma teknolojileri ile bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler etkili olmuştur. Ulaştırma teknolojilerindeki ilerlemeler maliyetleri düşürürken uzaklığın yarattığı kısıtlamaları yok etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ise küresel iletişime imkan verirken küresel dağıtım sistemlerinin geliştirilmesini sağlar ve küçük işletmelerin pazara erişimini kolaylaştırır[88]. Turizm işletmeleri için bilgi çok önemlidir ve bilgi teknolojilerinin sektörde kullanılması önemli ölçüde faydalar sağlamaktadır. Bilgi teknolojileri, hem turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu bilgi altyapısını sağlamakta hem de turizm bölgesinin potansiyelinin kullanımını kolaylaştırmaktadır. Turizm sektöründe teknoloji ve yenilik; turistik ürünlerin tanıtılması, düzenlenmesi, dağıtımı ve müşteriye sunulmasının yanı sıra işletmeler için kaynakların rasyonel kullanımını sağlayarak rekabet avantajı sunmaktadır[89].

1.2.2.5. Üretim ve Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi

Üretim imkanlarının geliştirilmesi, atıl kapasitenin harekete geçirilmesi veya yeni oluşan üretim olanaklarından faydalanma şeklindedir. Turizmde potansiyel olarak mevcut kaynakların zamanla gerekli yatırımların gerçekleştirilmesiyle kullanılabilir kaynaklar haline dönüştürülmesi; bu kaynakların niteliğine uygun

---

[87]Hüseyin Çeken, "Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye", **Muğla Üniversitesi, SBE Dergisi,** Sayı 12, Bahar 2004, s. 10.

[88]Burcu S. Yılmaz ve Özgür D. Yılmaz, "Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri"**, 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi,** 15-16 Nisan 2004, ss. 158-159.

[89] Muhammed Karataş ve Serap Babür, "Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri", **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,** Cilt: 15, Sayı: 25, 2013, s. 15.

ürünler geliştirilmesiyle gündeme getirilebilir[90]. Pazarlama olanaklarının geliştirilmesi ise benzer veya farklı beklentiler içinde olan; fakat henüz yeterince faydalanılmayan turist pazarlarına ulaşma olanağının arttırılmasıdır[91].

1.2.3. Turistik Ürün Çeşitlendirme Süreci

Turistik ürün çeşitlendirme politikasının belirlenmesi ve uygulanması sürecinde birinci aşamada ülkenin hangi bölgesinin hangi seviyede olduğunun ve hangi turistik ürünlerin gelişme potansiyeline sahip olduğunu belirlemek amacıyla fiziksel kaynakların dökümü çıkarılarak bölgelerin turizm potansiyellerinin belirlenmesi çalışmaları yapılır[92].

Turistik ürün çeşitlendirmenin ikinci aşamasında, turistik bölgelerin belirlenmesi amacıyla bölgelerin turistik arz verileri, turizm talebi ve turistik ürünün gelişimini engelleyen çevresel etkenlerin analizi yapılır[93].

Üçüncü aşamada, turistik ürün çeşitlendirme politikası belirlenir ve buna bağlı olarak turistik merkezler seçilir ve değerlendirilir, turistlere ve merkezlere olan maliyet ve fayda belirlenir[94]. Turistik bir destinasyonda yeni bir ürün geliştirirken önemli olan destinasyonun imajına zarar vermeyecek, verilmek istenen mesajla örtüşen ürünler üretilmesidir. Güçlü ve anlamlı bir imaj yaratabilmek için bilgi, istikrar ve inanç gerekir. Böyle bir ürünü rakiplerin kopyalaması zor olduğundan destinasyon için önemli bir avantaj yaratılmış olur[95].

Dördüncü aşamada, yapılan analizler sonucu elde edilen bilgilere göre, alternatifler değerlendirilmeli, gelişme olanağına sahip turistik ürünler belirlenmelidir. Bu doğrultuda seçilen turistik ürünün aşağıdaki amaçları gerçekleştirmesi gerekmektedir:

- Geliştirilmesi planlanan ürün, talepteki değişmeye cevap verebilmelidir.

---

[90] Olcay Akgül, **Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias - Geyre Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2003, s. 32
[91] Çolak, s. 19.
[92] Akgül, s. 33.
[93] Akgül, s. 34.
[94] Akgül, s. 34.
[95] Çolak, s. 20.

- İstihdam artışı sağlamalıdır.
- Yeni bölgelerin turizme kazandırılmasını sağlamalıdır.
- Turizmde yaşanan yapısal sorunlara çözümler sunabilmelidir.
- Rakip ülkelerin turistik ürünleriyle rekabet edebilmelidir[96].

Beşinci ve son aşamada turistik ürün politikası belirlenir. Bu aşamada tüm alternatifler değerlendirildiğinden, seçilen alternatifin fayda ve maliyetlerinin belirlendiğinden emin olunmalıdır[97].

1.2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası

21. yüzyılın ilk yarısında dünyadaki ekonomik, siyasi ve teknolojik değişmeler turizm pazarını da etkilemiş ve buna bağlı olarak talep yapısında da değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimler turistik ürün çeşitlendirmesinde farklı politikalar uygulanması gereğini ortaya çıkarmaktadır.

Turizm politikası, bir ülkede turizmi geliştirmek, yönlendirmek ve denetlemek amacıyla hükümet tarafından çeşitli araçlar kullanarak belirlenen yaklaşımlar, hedefler ve alınan önlemlerdir. Turizm politikası çeşitli eylemler, tüzükler, ilkeler, yönergeler ve prosedürlerden (izlek) oluşmaktadır. Turizm politikasının kapsamında turizmi geliştirmek için yapılan planlar, ürün, hizmet, pazarlama stratejileri, turizmin gelecekte de gelişmeye sürdürülebilir bir şekilde devam etmesi için alınması gereken önlemler bulunmaktadır[98].

Turistik ürün politikası, turistik ürünün özelliklerini belirlemeye yardım eden bütün faaliyetlerdir[99]. Turistik ürün çeşitlendirme politikası ise potansiyel turistik arz verilerinin turizme kazandırılması amacıyla gerçekleştirilen faaliyetleri ifade etmektedir.

---

[96] Akgül, s. 34.
[97] Akgül, s. 34.
[98] Ceylan Alkan, "Turizm Politikası: Tanımı ve Özellikleri", **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 12.
[99] Olalı ve Timur, s. 425.

Turistik ürün çeşitlendirilmesi sonucunda ülke turizm pazarında birtakım iyileşmeler meydana gelmektedir. Bunlar[100];

- Mevcut turistik tesis hizmetinin kalitesini arttırarak turistlerin yeniden destinasyona gelmelerini ve ülkelerine döndüklerinde destinasyonun reklamını yapmalarını sağlamak,
- Sezon dışında da kullanılabilecek tesis ve hizmetler geliştirmek,
- Tüm yıla yayılacak satışı gerçekleştirmek için tatil paketleri geliştirmektir.

Turistik ürün çeşitlendirmesine olan ihtiyaç turizmin içerdiği özelliklerden ortaya çıkmaktadır. Turizm, ancak kamu yönetimi tarafından düzenlenebilecek ve koordine edilebilecek boyutta dev bir ekonomik ve sosyal faaliyettir. Turizm, sektörün altyapı ihtiyacı yaratması, zorunlu kıldığı büyük ve sabit sermaye yatırımları, devlet desteği ve katkısını gerektirmektedir. Ayrıca turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkisi ve sektöre bağlı sorunları devlet müdahalesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle turistik ürün çeşitlendirme politikası yaratma ve uygulama sürecinde kamu kuruluşlarının önemi büyüktür; çünkü turizm, ülkeyi ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel açılardan etkilemektedir[101].

Turizm politikası belirlenmeden, gerekli hukuki ve yasal çerçeve oluşturulmadan sektörün kontrolü özel işletmelere bırakılırsa turizmin olumsuz etkileri ortaya çıkar. Sadece kar etmeyi hedefleyen, soysal ve çevresel amaçlar taşımayan turistik işletmelerin faaliyetleri turizmin geleceği için önemli sorunlar ortaya koyar[102].

---

[100] Gülçin Tanur Buluç, "Turistik Ürün Pazarlama Politikası ve Planlaması ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirmesi", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Yıl: 8, Sayı: 1 – 2, 1997, s. 12.

[101] Aigerim Kerimbekova, **Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi İle İlgili Bir Uygulama,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2010 s. 30.

[102] Kerimbekova, s. 30.

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TURİZM İLİŞKİSİ

Dünya kaynaklarından olabildiğince faydalanmayı öngören tüketime dayalı "Savurgan Dünya Görüşü" yerini, artan nüfus ve tüketime bağlı olarak bu kaynakların korunmasını öngören "Sürdürülebilir Dünya Görüşü" ne bırakmaktadır[103].

Sürdürülebilirlik anlayışına göre insanlık, doğal çevrenin bütünleşik bir parçasıdır. Buna bağlı olarak varoluşun sürekliliği için doğayı korumak ve sürdürmek zorundadır[104]. Bu anlayıştan yola çıkarak sürdürülebilirlik, ekosistemin veya herhangi bir sürdürülebilir sistemin bozulmadan, sistemi oluşturan temel kaynakları aşırı bir biçimde tüketmeden sürdürülmesi becerisidir[105].

Küreselleşme ve sürdürülebilirlik kavramları günümüzde tartışılan konulardandır. Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı neredeyse tüm alanlara yansımıştır. Sosyal hayatın bir gereği olarak ortaya çıkmış ve tarımın, kentlerin, turizmin, teknolojinin ve benzeri birçok alanın sürdürülebilirliği farklı alanlarda örnek niteliğindedir. Hepsi farklı boyuttadır; fakat ortak özellikleri insanın geleceğini konu almalarıdır. Hepsinin ortak amacıysa, hangi alan için düşünülüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasıdır[106].

Sürdürülebilirlik, bütün sektörlerde gerçekleşmesi gereken ve beşeri yaşamın bir gereği olarak birçok ilke, strateji ve hedefler bütünüdür[107].

Bölgesel kalkınmada önemli bir yere sahip olan turizm; sosyal, kültürel, çevresel ve doğal kaynaklarla yakın ilişki içinde olması sebebiyle kalkınma ve çevre çelişkisinin uyuma dönüştürülmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır[108]. Buna bağlı olarak turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin çevrenin sürdürülebilir gelişmesine

---

[103] Selahattin Akşit, "Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm", Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 23, 2007, s. 442.

[104] Ersin Acar İnam, **Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Yöre İmgesi: Antalya - Belek Turizm Merkezi Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009, s. 24.

[105] Mete Sezgin ve Abdullah Karaman, "Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması", **Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** Sayı: 19, 2008, s. 429.

[106] Akşit, s. 442.

[107] Cengiz Demir ve Aydın Çevirgen, **Turizm ve Çevre Yönetimi, Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı,** Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2006, s. 94.

[108] Ş. Gülin Beyhan ve S. Mete Ünüvar, "Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli", **İTÜ Dergisi/ a Mimarlık, Planlama, Tasarım,** Cilt: 4, Sayı: 2, 2005, s. 80**.**

olumsuz etkide bulunmaması için birtakım ölçütlerin belirlenmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu ölçütlerin çevrenin yapısına uygun olması ve süreklilik teşkil etmesi, doğal kaynakların sürdürülebilir gelişmesi bakımından önemlidir[109]. Bunun sebebi, dünyada kültür ve doğaya yönelen turist sayısının her geçen yıl artış göstermesidir[110].

1.3.1. Sürdürülebilir Kalkınma ve Gelişme

Sürdürülebilirlik kavramı çok boyutlu, içinde birçok öğe barındıran karmaşık bir kavramdır. Kavram, hızlı bir biçimde artan nüfus ve çevre arasındaki ilişkilerin düzen bozan ve korkutucu sonuçlarından ortaya çıkmıştır[111].

Sürdürülebilirlik kavramı, 1970'li yıllarda önemi giderek artan ve küresel boyutlara ulaşan bir olgu haline gelmiştir[112]. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 5 Haziran 1972 tarihinde Stocholm'de düzenlenen Çevre Konferansı, 113 ülkenin katılımıyla gerçekleşmiş ve konferansta çevre - insan kavramına değinilerek dünyanın doğal dengesinin korunması amacıyla insan ve doğal varlıklara öncelik veren bir anlayışın hakim olması gerekliliği ortaya konmuştur. Konferansta alınan kararların çevre koruma alanında milat olması gerekçesiyle konferansın toplandığı tarih "Dünya Çevre Günü" ilan edilmiştir[113].

1980'li yıllarda dünyada ekonomik dengeler bozulmaya başlamış ve bununla birlikte çevrenin aleyhine farklı bir döneme girilmiştir[114]. 1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (UNCED) tarafından hazırlanan ve Bruntland raporu olarak bilinen ve "Ortak Geleceğimiz" adıyla yayınlanan raporda "Sürdürülebilir Kalkınma" kavramına açıklık getirilmiştir[115]. Raporda yer alan ve daha sonra yaygın bir biçimde kullanılan tanım şöyledir: "*Gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin bugünkü kuşakların gereksinimlerini karşılayabilen kalkınma"*[116].

---

[109] Demir ve Çevirgen, s. 93.
[110] Gökçe Yüksek, "Sürdürülebilir Turizm", **Alternatif Turizm,** Editör: Sadık Bahçe, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 28.
[111] Bahar Kınacı ve diğerleri, **Turizm ve Çevre (Çevre Koruma),** Pegem Akademi Yayınevi, Ankara, 2011, s. 79.
[112] Demir ve Çevirgen, s. 93.
[113] Şenol Çavuş ve Abdullah Tanrısevdi, "Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Ölçekli Bir Sürdürülebilir Turizm Gelişme Modeli Önerisi", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Yıl: 11, 2000, s. 151.
[114] İnam, s. 24.
[115] Nüzhet Kahraman, "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", **I. Turizm Sempozyumu,** 17 - 18 Kasım 1994, DEÜ Yayınları, DEÜ Rektörlük Matbaası, İzmir, 1994, s. 137.
[116] Yüksek, s. 29.

Bruntland raporunda yer alan tanım basit olmakla birlikte, sürdürülebilir kalkınma iktisat literatüründe tartışmalı bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınmanın hedefi ekonomik büyümeyi doğal kaynakları koruyarak gerçekleştirmektir; çünkü ekonomik büyümenin süreklilik teşkil edebilmesi için ekolojik dengenin sağlanması gerekir[117].

Ayrıca bu raporda, sürdürülebilir gelişme kavramı görünüşte birbirinden farklı olan ekonomik büyüme ve çevresel koruma kavramlarını bir araya getirmek amacıyla ilk defa birlikte kullanılmıştır. Bruntland Raporu'nda bu kavrama ilişkin görüş, yalnızca maksimum ekonomik büyümeyi sürdürmekle ilgili değil, aynı zamanda bugünün toplumunu oluşturan şimdiki nesil ve gelecek nesiller arasındaki eşitliği de içeren bir ekonomik büyüme olmasıdır[118].

Sürdürülebilir gelişmenin iki küresel amacı bulunmaktadır. İlki, dünyanın geriye kalan bozulmamış ekosistemini koruyarak küresel çevrenin korunmasıdır. İkincisi ise, ülkeler arasında ve içinde eşitsizliğin azaltılmasıyla uluslararası eşitliğin arttırılmasıdır. Sürdürülebilir gelişmenin bu amaçlarına ulaşmak için gerekli koşullar Bruntland Raporu'nda verilmiştir. Bunlar[119];

- Karar almada vatandaşların aktif katılımını sağlayacak bir siyasal sistem,
- Sürdürülebilir bir biçimde üretim fazlası ve teknik bilgi sağlayabilecek bir ekonomik sistem,
- Uyumsuz gelişmeden kaynaklanan gerilemelere çözüm üretebilen bir sosyal sistem,
- Gelişme için gerekli ekolojik tabanı korumaya saygı gösteren bir üretim sistemi,
- Sürekli yeni çözümler arayabilecek bir teknolojik sistem,
- Ticaret ve finansmanda sürdürülebilir düzenlemeleri destekleyen uluslararası bir sistem,
- Esnekliğe, kendini düzeltme becerisine sahip bir yönetim sistemidir.

---

[117] Sevgin Akış, "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Yıl: 10, 1999, 37.
[118] Brain Garrod ve Alan Fyall, "Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?", **Tourism Management,** Cilt: 19, Sayı: 3, 1998, s. 200.
[119] Kınacı ve diğerleri, s. 25.

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, Haziran 1992'de Rio de Janerio'da toplanan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı Dünya Zirvesi'nde de dünya kamuoyunun gündemine getirilmiştir[120]. Konferans sonunda " Rio Deklarasyonu", "Gündem 21" ve "Ormanlarla ilgili Prensipler" başlığı altında üç rapor yayınlanmıştır. Rio Deklarasyonu raporunda, dünyanın giderek kirlendiği, kirletenlerin çoğunlukla gelişmiş ülkeler olduğu, temizlenmesi için söz konusu ülkelerin bunun maliyetlerini karşılamaları gerektiği ve çevreyle uyumlu bir yaşam standardı geliştirebilmeleri için gelişmiş ülkelerin az gelişmiş ülkelere yardım etmesi gerektiği ilkeleri kabul edilmiştir. Gündem 21 raporunda ise, su kaynaklarının korunması, sürdürülebilir tarımın geliştirilmesi ve enerjinin kullanımını içeren 120 konu saptanmıştır[121].

Sürdürülebilir kalkınma, 1996 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun İstanbul'da düzenlediği " Habitat II" adlı konferansın da ana konusu olmuştur. Habitat II konferansı iki temel esasa dayandırılmıştır. Bunlardan ilki, herkes için yeterli beslenme; ikincisi ise hızlı şehirleşen bir dünyada sürdürülebilir insan yerleşimlerinin geliştirilmesidir. Konferans sonunda sunulan raporda içinde bulunduğumuz yüzyılın ilk 20 yılında dünyanın bütün yerleşim birimlerine sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilme konusunda birer rehber sunulmuş ve bunun başarılabilmesi için yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde harekete geçilmesi yönünde çağrıda bulunulmuştur[122].

26 Ağustos - 4 Eylül 2002 tarihinde Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Johannesburg kentinde düzenlenen Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi'nde, tüm grupların çıkarlarını sağlamak üzere çevre - kalkınma ilişkisini ortaya koyan Gündem 21'in uygulanmasında ülkelere kesin adımlar sunan somut hedefler önerilmiştir[123].

Sürdürülebilir gelişmeyle ilgili son yıllarda yapılan önemli çalışmalardan biri Dünya Bankası'nın 2003 yılında hazırladığı rapordur. Raporda sürdürülebilir kalkınma ve yoksulluğun azaltılması konularına odaklanılmış ve önümüzdeki 50

[120] Akış, s. 37.
[121] İnam, s. 25.
[122] İnam, s 26.
[123] İnam, s. 26.

yılda kalkınmanın sürdürülebilir olması için ülkelerin kalkınma stratejilerini oluştururken dikkate alması gereken ana konular belirlenmiştir[124].

Bu toplantılarda yapılan çalışmalar ve ortaya konulan görüşler çevre ve toplum arasında uyumlu bir dengenin kurulmasına yöneliktir[125]. Bu noktada, çevre ve ekonomi ile turizm giderek artan bir önemle birbirlerinin parçası durumuna gelmekte ve çevre kalitesini sürekli kılmak, kalkınmayı eşitlemek temel hedeflerini kapsayan sürdürülebilir turizm kavramını ortaya çıkarmaktadır[126].

1.3.2. Sürdürülebilir Turizm

Çeşitli kaynaklarda alternatif turizm olarak tanımlanan ve son yıllarda popüler hale gelen sürdürülebilir turizm, çok farklı adlandırılan ve tanımlanan karmaşık bir kavramdır[127].

Sürdürülebilir turizm, bir turizm türü değil, turizmin tüm türleri için geçerli olması öngörülen bir koruma yaklaşımıdır[128]. Sürdürülebilir turizm, insanların ve turistlerin gereksinimlerini gelecekteki fırsatları koruyarak giderme anlayışıdır. Sürdürülebilir turizm, turizmin ve turizmin geliştiği bölgelerin doğal, sosyal ve kültürel yaşamının sürdürülebilir olmasını ifade eder[129].

Sürdürülebilir turizm kavramı, daha geniş bir kavram olan "sürdürülebilir büyüme" den gelen bu büyümeyi turizmin özel bağlamına uygulama anlamına gelen özel bir terimdir. Çevre kalitesini sürdürmek, turistik destinasyonların yaşam kalitelerini yükseltmek, kaliteli ziyaretçi deneyimini gerçekleştirmek, kalkınmada eşitliği teşvik etmek, turizmin ekonomiye ve çevreye katkısını sağlamak gibi amaçlar taşımaktadır[130].

Sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir gelişme kavramının ortaya çıkmasından sonra sürdürülebilir gelişme yaklaşımının ilke ve stratejilerinin turizm sektörüne uyumlaştırılması ile ortaya çıkmıştır[131].

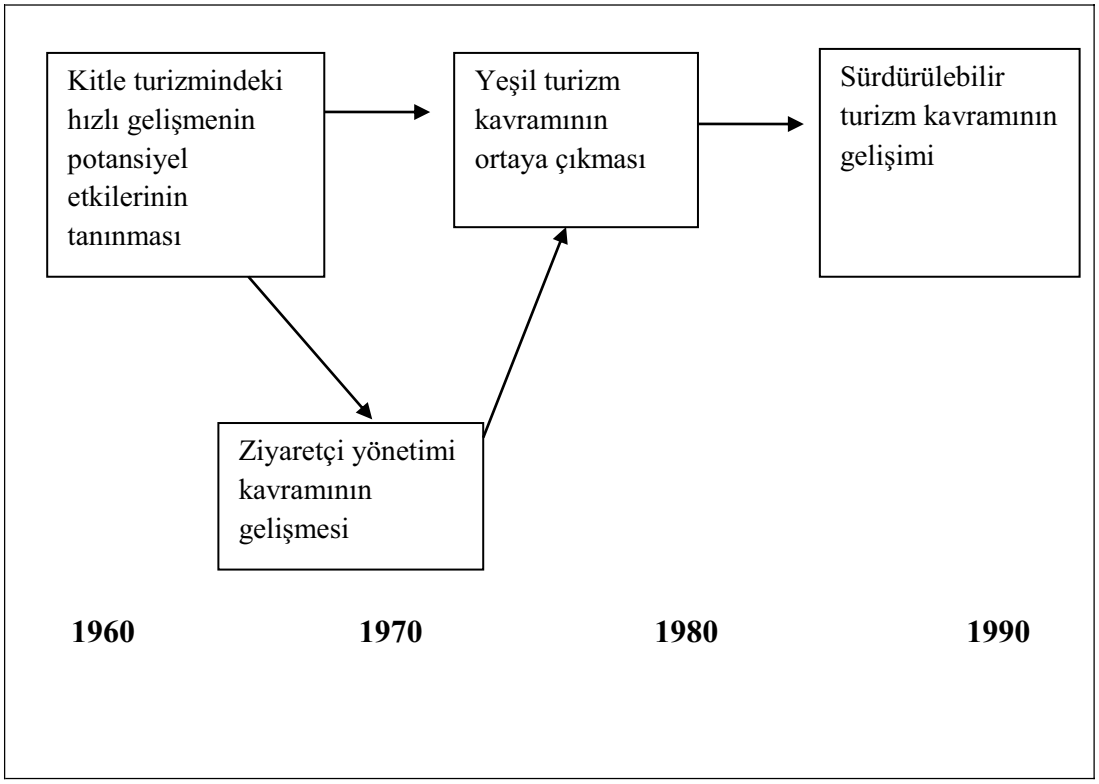
---

[124] Kınacı ve diğerleri, s. 82.
[125] Kahraman, s. 138.
[126] Akşit, s. 443.
[127] Akşit, s. 444.
[128] Nazmiye Erdoğan, "Seyahat Acentelerinin Çevresel İlgilerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi", **Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi,** Cilt: 1, Sayı: 4, 2012, s. 249.
[129] Yüksek, s. 33.
[130]Şafak Kaypak, "Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği", **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi,** Cilt:2, Sayı: 2, 2010, s. 99.
[131] Kınacı ve diğerleri, s. 85.

Sürdürülebilir turizm kavramı yıllar geçtikçe gelişerek turizme uygulanmış ve turizmle ilgili yayınlarda, kitaplarda, ulusal ve uluslararası politika ifadelerinde tartışılan bir konu olmuştur. Turizm planlamasında, gelişiminde ve işleyişinde turizmin tüm alanlarıyla ilgili (korunmuş bölgelerde turizm, otel işletmesi, mercan kayalıkların etrafında dalma, havayolları turizmi gibi) genel bir kavram haline gelmiştir[132].

Sürdürülebilir turizm kavramının ortaya çıkmasında 1960'lı yılların en önemli turizm hareketlerini oluşturan kitle turizminin hızlı yükselişinden başlayarak, günümüze kadar turizmin geçirdiği tarihsel süreçleri etkili olmuştur[133]. Sürdürülebilir turizmin kronolojik gelişimi Şekil: 1'de verilmiştir.

Şekil 1: Sürdürülebilir Turizm Kavramının Kronolojik Gelişimi



Kaynak: John Swarbrooke, **Sustainable Tourism Management,** CABI Publishing, CAB International, Oxon,1999, s. 8.

[132] Sezgin ve Karaman, s. 432.
[133] Demir ve Çevirgen, s. 100.

Sürdürülebilir turizm terimi, turizm endüstrisindeki bilim insanları ve uygulayıcılarının Brundtland Raporu'nun etkisinde kalmalarıyla birlikte 1980'li yılların sonlarında kullanılmaya başlanmıştır[134].

Turizmde sürdürülebilirlik, günümüz turistlerinin ve yerel halklarının ihtiyaçlarını karşılarken, diğer taraftan gelecek için korumacılığı ve fırsatların arttırılmasını ileri sürmektedir. Turizmde sürdürülebilir gelişmenin yaşam destek sistemleri, biyolojik çeşitlilik, zorunlu ekolojik süreçler ve kültürel bütünlüğü sürdürürken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları karşılayabilecek şekilde bütün kaynakların yönetimine öncülük edeceği düşünülmektedir[135].

1.3.2.1. Sürdürülebilir Turizmin Tanımı

Dünya Turizm Örgütü (WTO) sürdürülebilir turizmi; turistlerin, endüstrinin, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına yönelerek şimdiki ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini dikkate alan turizm şeklinde tanımlamıştır[136].

Sürdürülebilir turizminin farklı tanımları Tablo 1'de verilmiştir[137]:

Tablo 1: Sürdürülebilir Turizm Tanımları

Sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisi ile ziyaretçiler, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkilerden dolayı ortaya çıkan gerginliklerin azaltılmasını amaçlayan olumlu bir yaklaşımdır… Hem doğal hem de insan kaynaklarının kalitesi ve devamlılığını sağlamak için çalışan bir yaklaşımı kapsar (Bramwell&Lane, 1993).
(Sürdürülebilir turizm) ziyaretçi, ev sahibi toplum ve yer arasında daha üretici ve uyumlu bir ilişkinin kurulmasını sağlayan bir içeriğe sahiptir. Böylelikle kaynakların tüketilmediği, turistin aldatılmadığı ve yerel halkın kullanılmadığı bir durumu yaratmaktadır (İngiliz Turist Bakanlığı / Turizm ve Çevre İş Geliştirme Grubu,1991).
Sürdürülebilir turizm gelişimi şimdiki turist ve ev sahibi bölgelerin mevcut ihtiyaçlarını giderirken, gelecek için koruma ve fırsatların yaratılmasını sağlamaktır… Bütün kaynakların yönetimini ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarının karşılandığı, kültürel bütünlüğün, gerekli ekolojik sürecin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin karşılanabileceği biçimde gerçekleştirilebilmesidir (Inskeep, 1991).

[134] John Swarbrooke, **Sustainable Tourism Management,** CABI Publishing, Oxon, 1999, s. 9.
[135] Dimitri Ioannides, "A Flawed Implementation of Sustainable Tourism: The Experience of Akamas, Cyprus", **Tourism Management,** Cilt: 16, Sayı: 8, 1995, s. 584.
[136] WTO, **"Sustainable development of tourism"**, 2014, http://sdt.unwto.org/content/about-us-5, (13.02.2015).
[137] Garrod ve Fyall, s. 201.

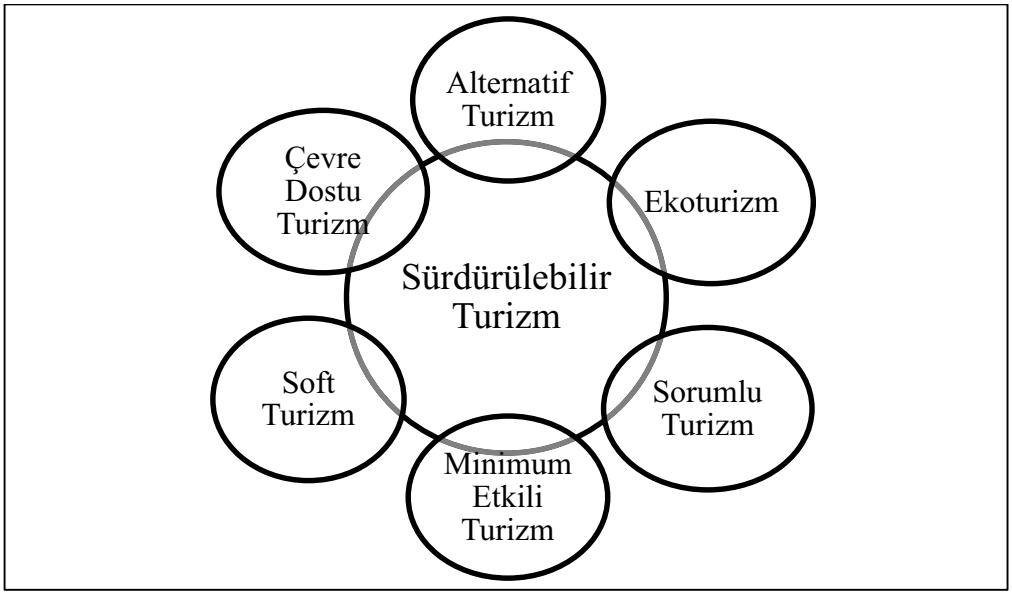
Sürdürülebilir olmak için (turizm) kaynaklarla ilgili olarak ekonomik etkinliklerin uzun dönem etkilerini kapsayan bir sektörün kurulmasını gerektirir ve sonuç olarak şimdiki ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını önemsemektedir (Curry&Morvaridi, 1992).
Sürdürülebilir turizm şunlara bağlıdır: a) kısa ve uzun dönemde gelişmiş yaşam standardı bakımından ev sahibi halkın ihtiyaçlarının giderilmesi, b) sayısı artan turistlerin taleplerinin memnun edilmesi ve onları çekmeyi başarması, c) bu iki amaç gerçekleştirilirken çevrenin korunması (Cater&Goddall, 1990).
Turizm endüstrisinde sürdürülebilir gelişmenin özel bir anlamı vardır. Sektörün çabası, turizm kapasitesini ve ürünlerin kalitesini fiziki ve insan çevresini olumsuz yönde etkilemeden sürdürmek ve onları geliştirmektir (Cronin, 1990).
Turizm… Doğal, inşa edilmiş ve sosyo - kültürel simgelere bağlıdır… Bu kaynakların sürdürülebilir gelişmesi sağlanacaksa, sektörün ekonomik ihtiyacı ile turistlerin deneyimsel ihtiyaçlarının giderileceği biçimde yönetilmeli ve kültürel bütünlüğün devamlılığı sağlanmalı, biyolojik çeşitlilik korunmalı ve yaşam destek sistemleri sürdürülmelidir (Haris&Leiper, 1995).

Kaynak: Garrod ve Fyall, s. 201.

Sürdürülebilir turizm, her aşamasında toplumsal sorumluluk, ekonomik verimlilik ve çevresel duyarlılık içermektedir ve bunları birbirleriyle uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Doğa turizmi, ekoturizm, yeşil turizm, özel ilgi turizmi, soft turizm, çevre dostu turizm, sorumlu turizm, asgari etkili turizm, kırsal turizm ve alternatif turizm kavramlarının tümü sürdürülebilir turizm şemsiyesi altında toplanabilir[138]. Sürdürülebilir turizm ve diğer terimler arasındaki ilişki Şekil 2'de gösterilmiştir.

[138] Kınacı ve diğerleri, s. 86.

Şekil 2: Sürdürülebilir Turizm ve Diğer Terimler Arasındaki İlişki



Kaynak: Swarbrooke, s. 14.

Sonuç olarak sürdürülebilir turizmin ekonomik sürdürebilirliği sağlaması, bunu yaparken doğal kaynakların tükenebilir olduğunu bilerek gelecek nesillerin haklarının önüne geçilmemesi, ziyaretçilerin ve yerel halkın istek ve ihtiyaçları giderilirken kaliteli bir hizmetin sunulması ve kültürel, biyolojik, ekolojik, estetik bütün kaynakların korunması konularına özellikle dikkat edilmesi gerekmektedir[139].

1.3.2.2. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için temel ilkelerin belirlenmesi ve bu ilkelere bağlı olarak etkinliklerin yerine getirilmesi gerekmektedir[140]. Sürdürülebilir turizmin ilkeleri şunlardır[141] [142] [143];

- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı: Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve korunması hayati önem taşır ve uzun dönemde iş sahalarının yaratılması anlamına gelir.

[139] Nil Sonuç, "Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği", **Sürdürülebilir Turizm Kavramlar - Uygulamalar,** Editör: Metin Kozak, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 17.
[140] Demir ve Çevirgen, s. 107.
[141] Garrod ve Fyall, s. 202.
[142] Kınacı ve diğerleri, ss. 88 - 89.
[143] Demir ve Çevirgen, ss. 107 - 108.

- Aşırı tüketim ve atıkların azaltılması: Turizmin kalitesini yükseltmek ve uzun dönemde çevresel zararların yenilenme maliyetlerinden kaçınmak için aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması gerekir.
- Çeşitliliğin sürdürülmesi: Doğal, sosyal ve kültürel çeşitliliğin sürekliliğinin sağlanması ve geliştirilmesi uzun dönemde turizmin sürdürülmesi için gereklidir.
- Turizmin planlama kapsamına alınması: Turizm, Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) sorumluluğu çerçevesinde ulusal ve yerel stratejik planlama sistemiyle beraber ele alındığında uzun süre varlığını devam ettirir.
- Yerel ekonomilerin desteklenmesi: Turizm, çevresel yarar ve maliyetleri göz önünde tutarak hem yerel ekonomileri korur ve destekler hem de çevresel zararlardan kaçınır.
- Yerel halkı içermesi: Yerel halkın turizm sektörüne tamamen katılımı sadece onlara ve genel olarak çevrelerine yarar sağlamaz; aynı zamanda turizm deneyimlerinin kalitesini de geliştirir.
- Paydaşlar ve halka danışma: Turizm endüstrisi ve yerel halk, organizasyonlar ve kurumların arasında çıkabilecek olası sorunları çözmek ve uzun süre beraber çalışabilmek adına bu konuları birbirlerine danışmalıdır.
- Personel eğitimi: Her düzeyde ihtiyaç duyulan, yerel personeli de kapsayan ve sürdürülebilir turizmle bütünleşmiş bir personel eğitimi turizm ürününün kalitesini yükseltir.
- Sorumlu bir turizm pazarlaması anlayışı: Turizme tam ve güvenilir bilgi sağlayan pazarlama destinasyonun doğal, sosyal ve kültürel çevresinin saygınlığını ve müşteri memnuniyetini arttırır.
- Araştırma yapılması: Süregelen araştırma ve gözlemlerle toplanan veri ve analizlerin sektör tarafından etkili kullanımı sektöre, müşterilere ve destinasyonlara yarar sağlaması ve sorunların çözümüne yardımcı olması için gereklidir.

Turizmin sürdürülebilirliği ancak çevreye zarar vermeyecek ve onu koruyup geliştirecek bir yaklaşımla sağlanabilir. Turizmin çevresel prensipleri şunlardır[144];

- Çevrenin estetik özellikleri, doğal yaşam ve yerel kültür üzerinde yoğunlaşmak,
- Yerel gelirleri arttırırken çevrenin iyileştirilmesi ve korunmasını sağlamak,
- Turizmin çevrenin doğal görünümüne (yüzey şekillerine) uygun bir şekilde gelişmesini sağlamak,
- Turizmin bölgesel gelişimini kontrol etmek ve yararlarının topluma yayılmasını sağlamak,
- Turizmin farklı yer ve zamana yayılmasını sağlamak ve bu sebeple oluşacak olumsuz etkileri en aza indirmek,
- Turistlerin ve yerel halkın çevre hakkında eğitilmesini ve bilgilendirilmesini sağlamaktır.

Sürdürülebilir turizmle ilgili belirtilen prensipler göz önüne alındığında bazı turizm çeşitlerinin diğerlerine göre daha sürdürülebilir olduğu söylenebilir[145]. Bu açıdan sürdürülebilir turizm kavramına uygun olan ve olmayan bazı turizm faaliyetleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

[144] David Pepper, "The Integration of Environmental Sustainability Considerations into EU Development Policy: A Case Study of the LEADER Initiative in the West of Ireland", **Journal of Environmental Planning and Management,** Cilt: 42, Sayı: 2, 1999, s. 179.
[145] Demir ve Çevirgen, s. 109.

Tablo 2: Sürdürülebilir Turizm ve Diğer Turizm Faaliyetleri

Sürdürülebilir Turizm Kavramına Uygun Turizm Faaliyetleri	Sürdürülebilir Turizm Kavramına Uygun Olmayan Turizm Faaliyetleri
• Ekoturizm • Kültürel turizm, bölgenin tarihini ve kültürünü öğrenmek isteyen turistleri kapsar • Terk edilmiş alanlar ve şehirler için yeni kullanım olanağı sağlayan çekicilikler • Küçük ölçekli kırsal "çiftlik turizmi" çiftçilere gelir sağlar	• Kitlesel kıyı turizmi • Fiziksel çevreye olumsuz etkileri olan dağ bisikleti, kayak vb. etkinliklere dayalı tatiller/ seyahatler • Seks turizminin ön planda olduğu tatiller AIDS ve diğer cinsel bulaşıcı hastalıkların yayılmasına sebep olur • Özellikle avlanma ve balık tutma gibi kontrolsüz yapılan tatiller • Antarktika ve yağmur ormanları gibi hassas çevrelere yapılan kitlesel ziyaretler

Kaynak: Swarbrooke, s. 19.

1.3.2.3. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları

Sürdürülebilir turizmin öncelikli amacı turizmin ortaya çıkardığı olumlu etkilerin sürekliliğinin sağlanmasıyla birlikte beklenen yararlara ulaşabilmektir[146]. Sürdürülebilir turizmin amaçları şunlardır[147] [148] [149];

- Kaynakların sürdürülebilir kullanımını ve korunmasını sağlamak,
- Turizmin çevreye ve ekonomiye yapabileceği katkıyla ilgili bilinci arttırmak,
- Kalkınmada eşitliği sağlamak,
- Kuşaklar arası eşitlik ilkesini korumak,
- Bölge halkının yaşam kalitesini arttırmak,
- Toplumun sosyal ve kültürel bütünleşmesini sağlamak,

[146] Demir ve Çevirgen, s. 105.
[147] Ferah Özkök ve Fadime Gümüş, "Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi", **Yönetim Bilimleri Dergisi,** Cilt: 7, Sayı: 9, 2009, s. 54.
[148] Kınacı ve diğerleri, s. 89.
[149] Seçkin Eser ve diğerleri, "Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği", **Ege Coğrafya Dergisi,** Cilt: 19, Sayı: 2, 2010, s. 29.

- Ziyaretçilerin deneyimlerinin yüksek kalitede olmasını sağlamak,
- Bu amaçların bağımlı olduğu çevrenin kalitesini korumaktır.

1.3.2.4. Sürdürülebilir Turizmin Faydaları

Sürdürülebilir turizmin faydaları aşağıdaki gibidir[150] [151];

- Sürdürülebilir turizm, turizmin doğal, kültürel çevre ve insanlar üzerindeki etkilerinin anlaşılmasını sağlar.
- Fayda ve maliyetlerin adil bir biçimde dağıtılmasını sağlar.
- Turizm, hem doğrudan turizm sektörüne hem de sektörü destekleyen diğer sektörlere yerel istihdam sağlar.
- Turizm, oteller, diğer konaklama tesisleri, yiyecek - içecek hizmetleri, taşımacılık sistemleri, el sanatları ve rehberlik gibi yerli endüstrileri canlandırır.
- Turizm, ülke için döviz kaynağıdır ve yerel ekonomiye yeni para ve sermaye girişi sağlar.
- Turizm, özellikle tarımsal istihdamın yetersiz ve düzensiz olduğu kırsal alanlarda yerel ekonomiyi çeşitlendirir.
- Sürdürülebilir turizm, turizm ve diğer amaçlarla mevcut kaynakları kullananların beraber yaşayabilmesi için yerel nüfus da dahil olmak üzere toplumun tüm kesimleri arasında karar alma mekanizmalarının oluşturulması için çabalar. Ekosistemin taşıma kapasitesine uygun bir gelişmeyi sağlayacak biçimde çeşitli bölgelere ayrılmış ve planlı bir turizm gelişimini gerekli kılar.
- Turizm, yerel taşımacılık, haberleşme ve toplumun temel altyapı hizmetlerinin gelişmesini hızlandırır.
- Turizm, yerli ve yabancı ziyaretçiler kadar yerel halk tarafından da kullanılabilen rekreasyon olanakları yaratır. Ayrıca tarihi eserlerin ve bölgelerin, arkeolojik alanların korunması için belirli bir ödeme yapılmasını sağlar ve bu alanların korunmasına yardımcı olur.

[150] Swarbrooke, s. 10.
[151] Kınacı ve diğerleri, s. 90.

- Doğa turizmi, yetersiz tarım alanlarının verimli kullanımını ve doğal bitki örtüsüyle kaplı arazilerin bozulmadan kalabilmesini sağlar.
- Bu kapsamda kültürel turizm yerel halkın saygınlığını arttırır ve farklı yaşam biçimlerine sahip insanlar arasında iletişimi arttırır ve insanların birbirlerini anlamasını sağlar.
- Çevresel açıdan sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel kaynakların toplumun ekonomik ve sosyal refahı ve bunların korunmasına yardımcı olunması açısından önemlidir.
- Sürdürülebilir turizm, turizmin etkilerini izler, turizmi değerlendirir ve ona yön verir. Çevresel sorumluluğa sahip güvenilir yöntemler geliştirir ve oluşabilecek olumsuz etkileri yok eder.

1.3.2.5. Sürdürülebilir Turizmin Gelişmesinin Nedenleri

Uluslararası turizm hareketlerinin gelişimi doğal, tarihi, kültürel ve çevresel olarak turistik arz potansiyeline sahip ülkelerde turizmin gelişmesine sebep olmuştur. Özellikle gelişmekte olan ülkeler deniz, kum, güneş gibi doğal değerlerden döviz geliri elde etmek amacıyla yatırımlar yapmışlardır[152]. Turizmin kazandırdığı dövizler, yarattığı gelirler ve sağladığı istihdam sayesinde ekonomiye önemli katkıları bulunmaktadır. Bununla birlikte hızlı ve plansız gelişmesi birçok destinasyonu yoğun turist akımına maruz bırakmıştır. Özellikle Akdeniz Bölgesi'nde destinasyonların fiziksel ve sosyal çevresini hasara uğratmıştır. Sonuç olarak kontrolsüz gelişmeyle birlikte doğal ve kültürel kaynakların özelliklerinin bozulması turizm talebini azaltmıştır[153].

Turizmin gelişmesinde öncelikle ekonomik faydaları maksimize etme üzerinde odaklanılmış, hükümetler ve endüstri turizmdeki gelişmeyi aktif olarak desteklerken gerçekte maliyetler konusunu arka planda bırakmışlardır ve turizmin sosyo - ekonomik ve çevresel etkilerine daha az duyarlı kalmışlardır[154]. Bu da sürdürülebilir bir turizm gelişmesine ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

---

[152] Sarkım, s. 97.
[153] Alexis Saveriades, "Establishing the Social Tourism Carrying Capacity for the Tourist Resorts of the East Coast of the Republic of Cyprus", **Tourism Management,** Sayı: 21, 2000, s. 147.
[154] Demir ve Çevirgen, s. 115.

1.3.2.5.1. Turizm ve Çevre Etkileşimi

Turizm, tamamen fiziksel çevrede oluşmakta ve fiziksel çevrenin çekim unsurları turizm talebi üzerinde bir etkiye sahiptir. Turistlerin destinasyon seçiminde ve kalış sürelerinin belirlenmesinde çevre önemli bir belirleyicidir[155]. Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Çevre turizm kaynağı olma özelliği taşımaktadır ve turizmin en önemli etkileri ise çevreye olmaktadır. Turizm ile çevre arasında üç önemli unsur bulunmaktadır. Bunlar[156];

- Fiziksel çevrenin birçok öğesi turistler için çekim kaynağıdır.
- Turizm tesisleri ve altyapısı çevrenin bir yönünü teşkil eder.
- Turizmin gelişmesi ve bir alanın çevresel kullanımı çevresel etkiler yaratır.

Turizmin çevresel etkilerinin değerlendirilmesi ve anlaşılması, sektörün sağlıklı gelişimi için oldukça önemlidir[157]. Kaynak kullanımında çevresel etkilerin ve temel olumsuzlukların önlenebilmesi için yaşam tarzında ve sisteminde temel değişiklikler yapılması gerekmektedir[158].

Sürdürülebilir turizm, çevreyle bütünleşmiş turizm gelişimi tartışmasında anahtar kelime haline gelmiştir. Bu fikrin genel bir sonucu hızlı bir şekilde büyüyen bir endüstrinin çevresel sonuçlarının daha fazla göz ardı edilemeyeceğidir[159].

1.3.2.5.2. Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri

Turizm etkinlikleri önlemlere rağmen çevreyi tahrip etmektedir. Bunun en önemli sebebi kitle turizmi nedeniyle çevresel değerlerin bozulmasıdır[160]. İyi yönetilmeyen bir turizm faaliyeti doğal çevre üzerine birçok etki yapar[161]. Bu etkiler;

---

[155] Kozak ve diğerleri, s. 94.
[156] Demir ve Çevirgen, ss. 85 - 86.
[157] Seçkin Eser, **Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2011, s. 34.
[158] F. E. Trainer, "The Global Sustainability Crisis", **International Journal of Social Economics,** Cilt: 24, Sayı: 11, 1997, s. 1222.
[159] Sezgin ve Karaman, s. 430.
[160] Kozak ve diğerleri, s. 96.
[161] Olalı ve Timur, s.364.

hava kirliliği, kıyı kirliliği, gürültü kirliliği, görüntü kirliliği, atık sorunu, arkeolojik ve tarihi yerlerin tahrip edilmesi, arazi kullanım sorunlarıdır[162] [163].

Kaynakların tüketimi, doğanın etkilenmesi, altyapı sorunlarının ortaya çıkması, artan turizm etkinlikleri sonucu ortaya çıkan atıklar, bunların arıtımı ve yok edilmesi için fiziksel altyapı ve kapasite yetersizlikleri, kıyı ve sahillerin zarar görmesi, kültürel mirasın zarar görmesi, hava ulaşımının ve kalabalığın oluşturduğu gürültü kirliliği, turizm sektörünün yarattığı olumsuz çevresel etkilerdir[164].

Turizm ve çevre arasındaki iki yönlü bir ilişki söz konusudur. Çevre turizmin yaratıcı elemanlarını oluştururken, diğer yandan turizmin de çevrenin tahrip edici bir elemanı olduğunu göstermektedir.

Doğal, çevresel, biyolojik ve sosyo - kültürel kaynakların korunmasına ve kayıpların minimuma indirilmesinde turizm alanındaki faaliyetlerin ve getirilerinin gelecekte de arttırılarak devamını mümkün kılacak tek yol sürdürülebilir turizmdir[165].

1.3.2.5.3. Turizmin Çevreye Olumlu Etkileri

Turizm endüstrisi iyi planlanır ve kontrol edilebilirse çeşitli yollarla çevrenin korunmasına ve gelişmesine yardım eder[166]. Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri aşağıdaki gibidir[167];

- Turizm, turistler için çekicilik unsuru oluşturan arkeolojik, tarihi ve sit alanlarının korunmasına ve bu yerlere ilgi uyanmasına sebep olmaktadır.
- Turizm sayesinde turistik arz potansiyeline sahip bölgelerde çevre bilinci ve kalitesini geliştirmektedir.

---

[162] Demir ve Çevirgen, s. 88 - 89.
[163] Kınacı ve diğerleri, s. 27.
[164] Funda Rana Özbey, "Sürdürülebilir Turizm Kalkınması, 2002: Birleşmiş Milletler - Dünya Ekoturizm Yılı", **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** Cilt: 18, Sayı: 1 - 2, 2002, s. 74.
[165] Funda Rana Özbey, s. 75.
[166] Demir ve Çevirgen, s. 87.
[167] Eser, s. 38.

- Bir bölge ya da yörede turizmin gelişmesi, çevresel yarar olarak yollar, havaalanları, kanalizasyon, haberleşme, otoparklar gibi altyapı hizmetlerinin de gelişmesini sağlar.
- Turizm sayesinde birçok sit, tarihi ve kültürel değerlere bağlı ulusal kültürü koruma duygusu ön plana çıkmaktadır.

1.3.2.6. Sürdürülebilir Turizmin Aktörleri

Turizm alanında fiziksel çevre kimliğinin sürdürülebilme sürecinde rol alanlar yani aktörler şunlardır; yerel yönetim görevlileri, merkezi yönetim görevlileri, koruma grupları (UNESCO ve Anıtlar Sitler Uluslararası Komisyonu), turistler (yerli ve yabancı), yerel halk, tur operatörleri, işletmeciler, yatırımcılar ve tasarımcılardır. Sürdürülebilir turizm yerel kuruluşların, yerel halkın, ürün ve hizmet sunanların bir araya gelerek oluşturacakları yönetimsel bir organizasyon, plan ve program konusudur. Buna göre dört ana aktör; yerel halk, yöneticiler, turizm şirketleri ve turistlerdir[168].

Sürdürülebilir turizm, bu turizm türüne katılan bütün taraflar arasında etkili bir işbirliği ve koordinasyon gerektirir. Ayrıca doğal ortamın gerçek sahibi olarak adlandırılan ve ekosistemin bir parçası olan yerel halk etkinliğin her aşamasında projeye dahil edilmelidir[169].

Sürdürülebilir turizm konusunda alınan kararlara yerel halkın dahil edilmesine bir örnek Yunanistan sınırlarındaki Sakız Adası gösterilebilir. Yaşanan büyük bir yangından sonra ada yönetimi yanan sakız ağaçlarıyla ilgili karar almadan önce bu ağaçları yetiştiren yerel halka danışmıştır. Yerel halk, yanan ağaçların köklerinin 35 – 40 metre derinliğe gittiğini, bu ağaçların tekrar yeşereceğini ve 3 - 5 yıl içinde yeniden ürün alınacağını, bu sebeple ağaçların kesilmemesi gerektiğini belirtmiştir. Bunun üzerine ağaçların kesilmemesine karar verilmiştir[170].

[168] Yüksek, s. 35.
[169] Akşit, s. 454.
[170] Sonuç, s. 23.

1.3.2.7. Sürdürülebilir Turizmin Başarı Koşulları

Sürdürülebilir turizmin başarısı için kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları (STK) ve yerel toplumun katılımının sağlanması gerekir. Bu bakımdan turizmin sürdürülebilirliği açısından dikkate alınması gereken hususlar şunlardır[171] [172];

- Genel turizm politikası ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde izlenmesi gereken sürdürülebilir turizm amaçlarıyla birleştirilmelidir.
- Turizmin planlama, gelişme ve etkinlikleriyle ilgili hedeflerin belirlenmesinde devletin çeşitli bölümleri, kamu kurumları ve özel sektör şirketleri, toplumsal gruplar ve uzmanlar gibi ilgili bütün aktörlerin katılımı sağlanmalıdır. Böylece başarı için önemli bir teminat sağlanmış olur.
- Turizmde gelişme projelerinin planlanmasında insanların doğal ve inşa edilmiş çevreler üzerindeki etkileri ve uygun sosyo – ekonomik kullanımlarla ilgili olarak doğal ve kültürel değerlerin korunması öncelikli olarak ele alınmalıdır.
- Turizmde rol alan tüm aktörlerin doğa, kültür, ekonomi, politika, sosyal sınıflandırma, toplumun değer sistemleri, liderlik ile ilgili olarak koruyucu kurallara, ahlaki ve dürüst davranışlara bağlı hareket etmesi turizmin geleceği açısından teminat oluşturacaktır.
- Ulusal turizm gelişme politikasıyla uyumlu olarak turizm gelişme projelerinin bölgelere dağılımında ekonomik açıdan sıkıntı çeken çeşitli yöre ve bölgeler arasında turizmin yararlarının adil olarak bölüştürülmesi ve eşitlik fikri göz önünde bulundurulmalıdır.
- Turizmin yararları ve olumsuz etkilerinin nasıl azalacağı konularında toplumsal bilinç oluşturulmalıdır.
- Yerel halk; devlet, işletmeler, finansal kurumlar ve üniversiteler tarafından sağlanacak gerekli yardımlarla planlama ve gelişmede liderlik rolü üstlenmesi konusunda cesaretlendirilmelidir.

[171] Demir ve Çevirgen, ss. 111 - 112.
[172] Eser, s. 57.

- Turizm ürünleri ve turizm sektöründeki değişikliklere cevap verecek turizm gelişme projelerinden mümkün olan bütün faydayı elde edebilmek için bilimsel, uygulamalı değerlendirmeler ve kontrole dayalı uzlaşmacı bir program, turizm planlaması ve yapılacak etkinliklerin tüm aşamalarında dikkatli bir biçimde uygulanmalıdır.

1.3.2.8. Sürdürülebilir Turizm Planlaması

Turizm planlaması ulusal kalkınma plan ve stratejilerinin bir parçasıdır. Ayrıca turizm pazarı ile ekonominin diğer sektörleri arasında bölgesel alanlar ile turizm türleri arasında karar verme süreci görevini yerine getirmektedir. Turizm planları yalnızca fiziksel nitelikler ile ilgili değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bakımdan da geleceğe dönük tahminler yapmayı gerektirmektedir. Sosyal ve kültürel değişimlere karşı toplumda oluşabilecek değişimlerle ilgili planlama yapılması önemli bir konudur. Turizm planları ülkelere göre farklılık gösterse de turizm bölgelerini ve turistik arz kaynaklarını geliştirmek amacıyla yapılmaktadırlar[173].

Turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için çevre sorunlarına duyarlı turizm planlamaları geliştirmek gerekir. Yerel halk ve çevreye olan saygının geliştirilmesiyle hem sürdürülebilir bir turizm gelişmesi sağlanmakta hem de daha seçici olan yeni turist profilleri için kentsel çekicilikler arttırılabilmektedir. Dolayısıyla turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için yönetici ve plancıların, turizmin yalnızca sayısal talep boyutunu değil, doğal ve kültürel çevreye duyarlı, yerel halk ve turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya çalışan bir anlayış ortaya koyması gerekmektedir. Bu amaçla yönetici ve plancılar öncelikle ortaya çıkan bu yeni zihniyet değişikliklerini değerlendirmeli, doğal ve kültürel çevrenin potansiyelini belirlemeli, turistik etkinliklerle etkinlikler arası ilişkileri ortaya koymalı, yerel halkın ve turistlerin çevredeki çeşitli imkanları nasıl kullandıklarını anlayarak koruma ve kullanma dengesinin sağladığı sürdürülebilir bir turizm anlayışı ortaya koymalıdır. Ancak bu şekilde yapılan planlarla kentlerin turistler açısından çekiciliği arttırılırken kentlerin kendine özgü kültürünün ve doğal, tarihi ve kültürel miras alanlarının zedelenmesinin önüne geçilebilir. Aksi halde ticari kaygıların ön

[173]Hakan Akyurt, "Turizm Planlaması: Planlama Kavramı, Amaç ve Türleri", **Turistik Ürün Politikası,** Editör: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 33 - 34.

plana çıktığı bir turizm planlamasında doğal, tarihi ve kültürel mirasın korunamamasına ek olarak sosyal bozulma, toplum yapısında değişiklik, ziyaretçiler ve o bölgede yaşayanlar arasında sorunların ortaya çıkacağı unutulmamalıdır[174].

[174] Aslı Altanlar ve Güniz Akıncı Kesim, "Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği", **Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi,** Cilt: 3, Sayı: 2, 2011, s. 2.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MİRAS VE KÜLTÜR TURİZMİ

2.1. KÜLTÜR VE KÜLTÜREL MİRAS

Kültür turizmi kavramının anlaşılması için kültür kavramının tanımlanması gerekir. Kültür; toplumların, bireylerin, somut ve soyut varlıkların edindikleri birikim olarak değerlendirilmektedir. Yaşanılan yer, bireyler arası iletişim, dini inançlar gibi birçok etmen kültürün oluşumunda önemli birer faktördür.

2.1.1. Kültür

Kültür kavramı günlük hayatta birçok farklı anlamda kullanılmaktadır. Bunun için kültürü kısa ve basit bir şekilde tanımlamak zordur. Kültür özel olarak sosyolojinin genel olarak da sosyal bilimlerin tartışmalı ve geniş kullanımlı kavramlarından biridir. Kültür kuramcısı Raymond Williams (1921 - 1988), kültür kavramının yüz altmış dört farklı tanımı olduğunu belirtmiştir[175].

2.1.1.1. Kültür Kavramı

Kültür, Latincedeki "Cultura" ya da "Colera" fiilinden türetilmiştir. Klasik Latincede bu fiil "bakmak" ya da "yetiştirmek" anlamına gelmektedir. Tarımsal anlamda ekip biçmek, sürmek ve ürün yetiştirmek şeklinde kullanılan "Cultura" nın ilk kez, insan deneyimi ve onun yaşama tarzı olarak anlam kazanması, Almanya'da 1750 tarihinden sonra ortaya çıkan gelişmeler sonrasına rastlamaktadır. Kavram, önceleri (18. yüzyılın sonunda) insanın zihinsel kapasitesinin yarattığı bir değer olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1843 yılında Gustav Klemn tarafından yazılan "İnsanlığın Genel Kültür Tarihi" adlı kitapta "Kültür" kelimesine bir insan

[175] Emre Gökalp, " Kültür ve Toplum", **Sosyolojiye Giriş,** Editör: Nadir Suğur, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 99.

topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekun yaşama tarzı şeklinde anlam kazanmıştır[176].

Kültür, maddi ve manevi değerleri bir arada toplayan geniş bir kavramdır. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde kültür *"Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin"* şeklinde tanımlanmıştır[177].

Kültür; insanın ortaya koyduğu ve içinde insanın var olduğu tüm gerçekliktir. İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği; insanın kendisine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü; değerlerini, isteklerini nasıl düzenlediği; ne tür bir yaşam tarzına sahip olduğu gibi bütün maddi ve manevi yapıt ve ürünlerdir[178].

Güvenç'e göre kültür, dört farklı anlamda kullanılmıştır[179]:

- Bilim alanındaki kültür: Uygarlıktır.
- Beşeri anlamda kültür: Eğitim sürecinin ürünüdür.
- Estetik anlamda kültür: Güzel sanatlardır.
- Maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda kültür: Üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirmedir.

Tunç ve Saç'a göre kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, sanat, bilim, teknik, spor, ekonomi, eğitim, sağlık, hukuk, turizm ve benzeri alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin, gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür[180].

Yapılan tanımlardan yola çıkarak kültür, insanın yarattığı, geçmişten getirdiği ve gelecek kuşaklara aktardığı tüm düşünce, inanç ve değerlerdir.

---

[176] Alparslan Usal ve Zeynep Kuşluvan, **Davranış Bilimleri (Sosyal Psikoloji),** Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları, İzmir, 1998, s. 106.
[177] Türk Dil Kurumu, **"Güncel Türkçe Sözlük"**, www.tdk.gov.tr, (24.04.2015).
[178] Nermi Uygur, **Kültür Kuramı,** Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 17.
[179] Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür,** Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003, s. 97.
[180] Azize Tunç ve Firuzan Saç, **Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği,** Detay Yayıncılık, Ankara, 1998, s. 31.

2.1.1.2. Kültürün Özellikleri

Kültür kavramının daha iyi anlaşılması için özelliklerinin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Kültürün özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır[181] [182] [183] [184]:

- *Kültür kapsayıcıdır:* İnsan yaratımı olan her şey kültürün içinde yer alır. İlkçağlarda yapılan basit aletlerden uzaya gönderilen teknolojik aletlere kadar her şey kültür ürünüdür. Bunun yanı sıra masallar, maniler, mitolojik hikayeler, dinsel sistemler, matematik sistemleri, çeşitli diller, zihinsel ve manevi alana ait her şey kültürün kapsamı içindedir.
- *Kültür toplumsaldır:* Kültür toplumsal bir üründür. İnsanlar arası etkileşimden doğar ve gelişir. Yani, bir grubun üyeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen davranış, tutum ve değerler o grubun kültürünü oluşturur. Sosyal bir grubun paylaştığı alışkanlılar ister aile ister bir sınıf ya da ulus düzeyinde olsun bir kültürdür.
- *Kültür aktarılır ve süreklidir:* Kültür öğrenilir, alışkanlık haline getirilir ve sosyal kalıtım aracılığıyla nesilden nesile aktarılır. Kültürün temel aktarma aracı dildir. Toplumda oluşturulan bütün kültür unsurları sözlü ya da yazılı dille sonraki nesillere aktarılır. Kültürün sürekliliğini de gelenek ve görenekler oluşturur.
- *Kültür bir bütündür ve bütünleştiricidir:* Kültürün bütün öğeleri, uyumlu ve bütünleşmiş bir sistem oluşturma özelliği taşır. Tarih çevresel etmenler nedeniyle hiçbir kültürel sistemde sürekli ve tam bir bütünleşme görülmemektedir. Kültürel hayatın bir alanında oluşan değişiklikler diğer öğeleri de değişime zorlamaktadır. Örneğin Türkiye'de Medeni Kanun'un kabulüyle tek eşlilik zorunlu hale getirilince din içinde çok eşliliğin sadece zorunlu hallerde geçerli bir kurum olduğu söylenmiş, modernleşmeyle birlikte çok eşlilik modern

[181] Güvenç, ss. 101-104.
[182] Meryem Akoğlan Kozak ve A. Sadık Bahçe, **Özel İlgi Turizmi,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2009, ss. 143-145.
[183] Suavi Aydın, "Kültür Kavramı", **Antropoloji,** Editör: Handan Üstündağ, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 30- 37.
[184] Dönüş Çiçek, "Kültür Turizmi", **Alternatif Turizm,** Editör: Sadık Bahçe, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 102.

kent hayatında uygulamadan kalkan bir gelenek olmuştur. Kültürün bütünleşme süreci sosyal/kültürel değişmenin beslediği çatışmaları uzlaştırıp kapatmaya çalışmaktadır.

- *Kültür öğrenilir:* Kültür, içgüdüsel ve kalıtımsal değil, her bireyin doğduktan sonra kazandığı alışkanlıklar (davranış ve tepki eğilimleri) dır. Her birey, başta ailesi olmak üzere içinde doğduğu kültürün mekanizmaları vasıtasıyla doğduktan sonra kurduğu toplumsal ilişkiler aracılığıyla, toplumsal etkileşim içinde bu kültürü öğrenir.
- *Kültür değişir:* Kültür değişir ve bu değişme uyum yoluyla gerçekleşmektedir. Doğal şartlar kültürel özellikleri belirleyecek kadar etkili ve güçlü değildir; ancak kültürler zaman boyutu içinde doğal çevreye uyum gösterirler. Kültürler yayılma, ödünç alma, öykünme gibi yollarla komşularına benzerler; ayrıca kültürel sistemi oluşturan bireylerin biyolojik ve psikolojik istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde uyum göstermektedirler. Şartlar değiştikçe geleneksel çözüm yollarının sağladığı doyum düzeyi azalır ve değişir. Yeni ihtiyaçlar ortaya çıkar ve bunlar bilinç düzeyine yükselir. Bu ihtiyaçları karşılayacak, sorunları çözecek deneme ve düzenlemeler yapılmaktadır. Kültür, yeni ihtiyaçlar ve sorunlar karşısında insanların geliştirdikleri yeni fikir ve buluşlarla değişime uğramaktadır.
- *Kültür ihtiyaçları giderici ve uyum sağlayıcıdır:* Kültür, insanların hem fizyolojik hem de sosyal ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kültürün ihtiyaçları karşılaması, kültürün bazı ortak noktalarının varlığını kanıtlamaktadır. Çünkü yeme – içme, barınma, giyinme, üreme gibi temel fizyolojik ihtiyaçlar bütün insanlarda aynıdır. Dolayısıyla bir kültürün birincil işlevi bu ihtiyaçların doyurulmasıdır. Alışkanlıklar, ancak doyum verici olduğu sürece devam ettirilmektedir. Doyum, alışkanlıkları pekiştirip desteklemektedir. Doyum yokluğu ise, alışkanlıkların kaybolmasına yol açabilmektedir. Buna göre kültürel öğeler, toplumun üyelerine doyum sağlayarak var olabilmektedirler.

2.1.1.3. Kültürel Süreçler

Kültürün en önemli özelliklerinden biri süreklilik göstermesidir. Süreklilik, değişimi kaçınılmaz kılmaktadır. Değişimin en önemli sebebi yeni durum ve ihtiyaçlara uyum sağlama ihtiyacıdır. Kültürün bu özelliği birtakım süreçleri beraberinde getirmektedir[185].

Kültürün yaşanmasına, süreklilik sağlamasına ve değişmesine aracılık eden birtakım süreçler vardır. Bu süreçler antropologlar tarafından sınıflandırılmıştır.

Kültürleme: Bir toplumdaki kültürü, o toplumun bireylerine kazandırma sürecidir[186] ve bu süreç doğumdan ölüme kadar devam etmektedir. Örneğin, doğduğumuz andan itibaren cinsiyet rollerini öğreniriz. Bu bakımdan kadınlık ve erkeklik biyolojik özellikleri dışında doğuştan taşıdığımız şeyler değil, kültürel olarak inşa edilmiş durumlardır[187].

Kültürlenme: Değişik aile, eğitim, meslek ve bölgelerden gelen bireylerin[188] başka bir kültürel alana gelmeleri durumunda yeni bir uyarlanma ihtiyacıyla karşılaştıklarında ne içine girdikleri kültürde bulunan ne de ait oldukları kültürde var olan yeni bir öğe yaratmaları, yeni bir bireşime varmaları durumudur. Gecekondular bu durumun en tipik örneğidir[189].

Kültürleşme: İnsanın başka toplumlardan öğrendikleri ya da bir toplumun diğerinden aldığı ve farklı toplumların karşılıklı olarak birbirinden etkilenmesidir[190]. Tarihteki en büyük kültürleşme hareketlerinden biri M.Ö. 4. yüzyılın sonlarında başlayan Helenizm hareketidir. Büyük İskender'in doğu seferleri ile başlayan bu süreçte Helen Kültürü İran, Mezopotamya ve Hint kültürlerinden etkilenerek

---

[185] Şerife Üsküdar, **Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2012, s. 5.
[186] Rüçhan Gökdağ, "Sosyal Etki ve Sosyal Güç", **Sosyal Psikoloji I,** Editör: Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 57.
[187] Aydın, s. 38.
[188] Gökdağ, s. 57.
[189] Aydın, s. 39.
[190] Güvenç, s. 126.

değişime uğramış, doğu kültürleri de belirli ölçüde Helen kültürü etkisine girmiştir[191].

Kültürel Yayılma: Belirli bir kültür merkezinde ortaya çıkan maddi ve manevi kültür öğelerinin başka kültürlere yayılmasıyla yaşanan kültürel süreçtir. Günümüzde benimsediğimiz giyim tarzı Batı toplumlarından gelişerek diğer kültürlere yayılmıştır[192].

Kültür Şoku: Bir kültürden başka bir kültüre giden bireylerin yeni kültüre uyum sağlamakta karşılaştıkları güçlükler, sıkıntılar ve gösterdikleri tepkilerdir[193]. Almanya'ya işçi olarak giden Türk işçiler bu sürece örnek gösterilebilir.

Kültürel Özümseme: Bir kültürün başka bir kültürü, çeşitli sebeplerle etki altına alması, giderek kendine benzetmesi ve bu sürecin sonunda kendi içinde eritmesidir[194].

Zorla Kültürleme: Bir kültüre ait birey ve grupların başka bir kültür tarafından zorla değiştirilmesidir[195]. Bu süreçte dönüştürülmek istenen kültüre ait tarihsel ve manevi izler tahrip olmaktadır[196].

2.1.2. Kültürel Miras

Türk Dil Kurumu miras kavramını, bir neslin kendinden sonra gelenlere bıraktığı şeyler olarak tanımlamıştır[197].

Bir toplumun kültürü dil, din, ahlak, davranış, gelenek - görenek, sanat, ekonomi, felsefe, bilim ve hukuk eğitimleri gibi toplumsal kurum ve yaşamından oluşmaktadır. Kültürü oluşturan bu öğeler aynı zamanda turizmin çekiciliklerini de oluşturmaktadır. Zamanla farklı etkenlerle oluşan kültür ve sanat varlıkları toplumsal

[191] Aydın, ss. 38 - 39.
[192] Aydın, s. 39.
[193] Güvenç, s. 122.
[194] Aydın, s. 40.
[195] Güvenç, s. 122.
[196] Aydın, s. 41.
[197] Türk Dil Kurumu, (24.04.2015).

gelişmeyi sağlamakta, aynı zamanda toplumun kültürel mirasını da oluşturmaktadır[198].

Kültürel miras, insanoğlunun binlerce yıllık yaşam deneyiminin, aklının ve yaratıcılığının günümüze ulaşmayı başarmış kalıntılarıdır. Kültürel miras; kimliğimizle, kültürümüzle, tarihimizle ilgili somut ve somut olmayan varlık ve değerlerin tamamıdır. Kaleler, saraylar gibi anıt eserler, arkeolojik alanlar, tarihi kentler, kültürel peyzajlar kadar dil, din, gelenek - görenek, dans, müzik, tören gibi yaşayan, ama somut olmayan değerler de kültürel miras kabul edilmektedir. Kültürel miras geçmişle bugün arasında köprü kurarak içinde yaşanılan kültüre ve dünyaya temel oluşturmaktadır. Manevi anlamda ise insanoğlunun hayatını zenginleştirmektedir[199].

Kültürel miras, bir toplumun üyelerine ortak geçmişlerini anlatan ve aralarındaki dayanışmayı güçlendiren bir hazinedir. İnsanoğlunun tarih boyunca edindiği deneyimlerin ve geleneklerin sürekliliğini ve geleceğin doğru kurulmasını sağlar[200].

Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme'de *"Kültürel miras anıtlar, tarih, sanat veya bilim açısından evrensel değeri bulunan mimari yapıtlar, heykel ve resim çalışmaları, arkeoloji, mağara vb. yapıların elemanları ya da bunların birlikte topluca oluşturduğu eserler; yapı grupları- mimari, özgünlük ya da peyzaj olarak tarih, sanat veya biçim açısından evrensel önemi olan, ayrık ya da bitişik yapı grupları, sit alanları- (tarihi, estetik, etnolojik veya antropolojik özellikleri ile evrensel değeri olan arkeolojik ve tarihsel sit alanları ile, insanların kendilerinin ya da doğa ile birlikte oluşturduğu kentsel sit alanları)* olarak tanımlanmaktadır[201].

---

[198]Akgül, ss. 60 - 61.

[199] Deniz Ünsal ve Gül Pulhan, "Türkiye'de Kültürel Mirasın Anlamı ve Yönetimi", **Kültürel Miras Yönetimi,** Editör: Asu Aksoy ve Deniz Ünsal, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012, s. 34.

[200] ÇEKÜL Vakfı, **"ÇEKÜL'ün Kültürel Miras Anlayışı**", http://www.cekulvakfi.org.tr/proje/cekulun-kulturel-miras-anlayisi, (25.05.2015) (Miras).

[201] Resmi Gazete, **"Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme"**, 1972, http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17959.pdf&main=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17959.pdf, (25.05.2015).

Çeşitli açılardan evrensel değere sahip olma kriterinin bütün insanlığın ortak mirası kabul edilen evrensel değerlere sahip kültürel ve doğal varlıkları dünyaya tanıtmak, toplumda söz konusu evrensel mirasa sahip çıkacak bilinci oluşturmak ve çeşitli nedenlerle bozulan veya yok olan kültürel ve doğal değerlerin yaşatılması amacıyla gerekli işbirliğini sağlamak için kabul edilen sözleşmede, kültür mirası kabul edilen objeler için ölçüt olduğu görülmektedir[202].

Uluslararası önem taşıyan ve bu sebeple korumaya değer doğal oluşumlara, anıtlara ve sitlere "dünya mirası" statüsü tanınmaktadır. Sözleşmeyi kabul eden üye devletler UNESCO'ya başvurarak değerlerini aday göstermektedirler. Sözleşmeyi imzalayan devletler tarafından seçilen 21 ülke temsilcisinin oluşturduğu Dünya Miras Komitesi, Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ve Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanları başvuruları değerlendirir ve seçim yaparlar. Dünya Miras Listesi'nde yer alma ölçütleri düzenli olarak güncellenmektedir[203].

Bir alanın Dünya Miras Listesi'ne alınabilmesi için Dünya Miras Komitesi tarafından belirlenen olağanüstü evrensel değerini ölçen 6 kültürel ve 4 doğal ölçütten en az birini karşılaması gerekmektedir. Bu ölçütler[*204*]:

- İnsanın yaratıcı dehasının üst düzeyde bir temsilcisi olması,
- Dünyanın bir kültür bölgesinde veya bir dönemde mimarlık veya teknoloji, anıtsal sanatlar, kent planlama veya peyzaj tasarımı alanlarında önemli gelişmelere, insani değer alışverişlerine tanıklık etmesi,
- Yaşayan veya yok olan bir kültür geleneğinin veya uygarlığın benzersiz veya olağanüstü, ender rastlanan bir temsilcisi olması,
- Bir yapı tipinin seçkin bir örneği, ya da insanlık tarihinin önemli bir aşamasını veya aşamalarını gösteren bir mimari veya teknolojik bütünün veya peyzajın örneği olması,

[202]Hacer Doğan, **Kültür ve Tabiat Varlıklarının Yurtdışına Çıkarılma Yasağına Muhalefet Suçu,** Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, (Uzmanlık Tezi), Ankara, 2012, s. 16.
[203] Doğan, ss. 16 - 17.
[204]UNESCO, **"Dünya Mirası Kriterleri"**, http://whc.unesco.org/en/criteria, (25.05.2015).

- Geri dönülmez bir değişim karşısında hassaslaşmış olan bir kültürün veya kültürlerin temsilcisi olan, geleneksel insan yerleşimi veya arazi kullanımının seçkin bir örneği olması,
- Uluslararası önem taşıyan sanatsal veya edebi eserler, inançlar, yaşayan gelenekler ve olaylarla doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olması (Komite bu kriterin özel durumlarda ve diğer kriterlerle birlikte değerlendirilerek listeye alınma için kullanılabileceğini belirtmiştir).
- Mükemmellik derecesinde eşsiz doğal oluşum veya olaylara veya nadir doğal güzelliğe ve estetik değere sahip olması,
- Yaşamla ilgili kanıtlar, önemli jeomorfolojik özellikler, kıtaların oluşumu sürecinde halen de devam eden jeolojik hareketler dahil olmak üzere Dünya tarihinin önemli aşamalarını veya dönemlerini temsil eden olağanüstü örnekler olması,
- Karasal, tatlı su, kıyısal ve denizsel ekosistemlerin ve hayvan ve bitki topluluklarının evrim ve gelişiminde süregelen önemli ekolojik ve biyolojik süreçlerin olağanüstü örneklerini temsil etmesi,
- Bilim veya korumacılık açısından olağanüstü evrensel değere sahip soyu tehlikede olan türleri barındıran yerler de dahil olmak üzere, biyolojik çeşitliliğin yerinde korunması için en önemli ve değerli doğal habitata sahip olmasıdır".

Kültürel miras, somut ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir.

2.1.2.1. Somut Kültürel Miras

Somut kültürel miras binaları, tarihi yerleri, anıtları ve insan eliyle yapılmış her türlü şeyi kapsayan ve gelecek nesiller için korunması, saklanması önemli görülen eserlerdir[205].

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Genel Konferansı'nda 16 Kasım 1972 tarihinde kabul edilen Dünya Kültürel ve Doğal

[205] Müşerref Can, **"Kültürel Miras ve Müzecilik Çalışma Raporu"**, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara, 2009, s. 3.

Mirasının Korunmasına Dair Sözleşmeye 14.4.1982 tarihli ve 2658 sayılı Kanunla katılmamız uygun bulunmuş, sözleşme Bakanlar Kurulu tarafından 23.05.1982 tarih ve 8/4788 sayılı kararla onaylanmış ve 14.02.1983 tarih ve 17959 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu sözleşme ile kültür mirası kavramı uluslararası düzenlemelerde ilk defa yer almıştır[206]. Bu sözleşmeye göre somut kültürel miras sayılacaklar:

Anıtlar: Tarih, sanat veya bilim açısından istisnai evrensel değerdeki mimari eserler, heykel ve resim alanındaki şaheserler, arkeolojik nitelikte eleman veya yapılar, kitabeler, mağaralar ve eleman birleşimleri.

Yapı toplulukları: Mimarileri, uyumlulukları veya arazi üzerindeki yerleri nedeniyle tarih, sanat veya bilim açısından istisnai evrensel değere sahip ayrı veya birleşik yapı toplulukları.

Sitler: Tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik bakımlardan istisnai evrensel değeri olan insan ürünü eserler veya doğa ve insanın, ortak eserleri ve arkeolojik sitleri kapsayan alanlardır[207].

2.1.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

17 Ekim 2003 tarihinde UNESCO'nun 32. Genel Konferansı'nda Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde "Somut Olmayan Kültürel Miras" (SOKÜM); toplulukların, grupların ve bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar olarak tanımlanmıştır[208].

Nesilden nesle aktarılan bu miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve süreklilik duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan

[206]UNESCO, **"Dünya Miras Listesi'nde Türkiye",**
http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/miras_listesi_tr.pdf, (25.05.2015).
[207]UNESCO, **"Somut Kültürel Miras"**
http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/somut_kulturel_miras.pdf, (25.05.2015).
[208]UNESCO, **"Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi"**,
http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-TR-PDF.pdf, (25.05.2015).

yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. Somut olmayan kültürel miras, aşağıdaki alanlarda belirir[209]:

a) Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar (destanlar, efsaneler, halk hikayeleri, atasözleri, masallar, fıkralar),
b) Gösteri sanatları (Karagöz, meddah, kukla, halk tiyatrosu),
c) Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler (nişan, düğün, doğum, Nevruz gibi kutlamalar),
d) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.),
e) El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkari, bakırcılık, halk mimarisi).

Kültür turizminin bir bölgede gelişmesine en büyük katkıyı o bölgenin kültürel mirası sağlamaktadır. Bir ülkedeki/bölgedeki değerlerin korunması ve tanıtılması kültür turizmi aracılığıyla gerçekleşmektedir. Turizmde miras kavramı yalnızca kırsal alanları, doğal, tarihi binaları, sanat eserlerini, gelenekleri ve kuşaktan kuşağa aktarılan eserleri değil, aynı zamanda bunların turizm ürünleri olarak değerlendirilmesi anlamına da gelmektedir[210].

2.1.2.3. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Etkileri

Turizm ve kültürel miras ülkenin kalkınmasına katkıda bulunan ve ekonomik değer yaratan unsurlardır[211]. Turizmin sürekliliği için doğal ve kültürel kaynakların korunması ve geliştirilmesi gerekirken kültürel ve doğal değerlerin geliştirilmesi için de turizm önemli bir araç olmaktadır[212].

---

[209] Kültür ve Turizm Bakanlığı, **"Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Hakkında"**, http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50837/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi-hak-.html, (25.05.2015).

[210] Füsun İstanbullu Dinçer ve Suna Muğan Ertuğrul, "Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Hasan Olalı Özel Sayısı,** Yıl: 11, 2000, s. 70, (İST).

[211] Emre Madran, "Ulusal Mevzuatın Tarihsel Gelişimi", **Kültürel Miras Mevzuatı**, Editör: Mustafa Servet Akpolat, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012, s. 69.

[212] A. Uslu ve T. Kiper, "Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı", **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi,** Cilt: 3, Sayı: 3, 2006, s. 306.

Kültürel varlıklar turizm ürününü oluşturmaktadır ve turizmin bu varlıklar üzerinde birçok etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler olumlu ve olumsuz etkiler olarak iki grupta toplanmıştır.

2.1.2.3.1. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Olumlu Etkileri

- Turizmin kültürel varlıklar üzerindeki en olumlu etkisi, yerel halkın yaşam seviyesini yükseltmesi ve yeni iş imkanları yaratarak halka ekonomik katkı sağlamasıdır. Ekonomik gelişme, sosyo - kültürel gelişmeyi de beraberinde getirmektedir. Böylece yerel halkın toplum bilincinin yükselmesi, korumaya yönelik yatırımların da artmasına neden olmaktadır. Çevreyi ve kültürel mirası korumak için yapılan harcamalar, uzun dönemde ekonomik açıdan olumlu bir gelişmeye neden olmaktadır. Bu nedenle kültür turizmi ve kültürel miras, sürdürülebilirlik ve ekonomik gelişme açısından birbirlerine ihtiyaç duymaktadır[213].
- Turizm, yerel halkın kalkınması için önemli bir araç olan kültürel miras kaynaklarının ortaya çıkarılması, restore edilmesi ve geliştirilmesine olanak sağlamaktadır[214]. Eski yapıları yeni kimlikleriyle yaşamalarını sağlayacak düzenlemeleri özendirmekte; böylece eski yapıların değerleri kaybedilmeden modern bir görünüme kavuşması konusunda etkili olmaktadır[215]. Edirne'deki Rüstempaşa Kervansaray'ı daha önce kervansaray olarak kullanılırken özgün yapısında değişikliğe uğratılmadan günümüzde otel olarak yeniden kullanıma açılmıştır.
- Turizmin olumlu etkilerinden biri yerel kimliğin öne çıkarılmasıdır. Turizm, kültürel çeşitliliğin ve özgünlüğün korunması için araçtır; çünkü kültür turizmi, büyük oranda yerel kimliğe ve özgünlüğe dayanmaktadır. Turizm, yerel kalkınmayı sağlamakta ve yerel halkın

[213] Selma Meyden Uygur ve Eda Baykan, "Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 2, 2007, s. 42.
[214] Uslu ve Kiper, ss. 306 - 307.
[215] Maria Kousis, "Tourism And The Environment A Social Movements Perspective", **Annals of Tourism Research,** Cilt: 27, Sayı: 2, 2000, s. 471.

yaşam kalitesini arttırmaktadır. Yerel halkın gelirinin artması, yatırımcı için kar ve yerel yönetimler için vergi artışı yoluyla gelir elde etmek anlamına gelmektedir[216].

- Kentsel yerleşim birimlerinde kültürel miras olarak nitelendirilebilecek dokuların genellikle kentin kenar mahallelerinde yer aldığı görülmektedir. Kültürel turizmin gelişmesi, bu toplumlara geleneksel dokuyu modern hayata uyarlama ve sağlanan ekonomik gelişme sayesinde refah düzeyini yükseltme fırsatı vermektedir. Tarihsel doku aynı zamanda, geleneksel yaşam biçimlerini yansıtmaktadır ve o yerleşim yerinin özelliklerini vurguladığı için yerel halk ile turistler arasında bir iletişim aracı görevini üstlenmektedir[217].

2.1.2.3.2. Turizmin Kültürel Miras Varlıkları Üzerindeki Olumsuz Etkileri

1980'li yıllarda turizme verilen önem başarıya ulaşmış ve turizm büyük bir sektöre dönüşmüştür. Turizm sektöründe yaratılan talepler, mevcut yapıların rasyonel kullanımı şeklinde olmamış; plansız ve düzensiz bir turizm gelişimi desteklenmiştir[218]. Bu da mevcut tarihi ve kültürel değerler üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur.

- Turizmin ana sektör olduğu şehirlerde yoğun rekabet ve kontrolsüz gelişimin, kültürel varlıkların özellikle tarihi binaların ve anıtların öneminin azalmasına, kentsel yerleşimin bu varlıkları silikleştirmesine veya yok etmesine sebep olmaktadır. Özellikle kitle turizminin kültürel miras varlıklarının korunması, işlevlendirilmesi, restorasyonu gibi konularla fazla ilgilenmemesi yerel yönetimler ve halkın bu varlıklara karşı ilgisiz kalmalarına neden olabilmektedir[219].

---

[216] Uslu ve Kiper, s. 307.
[217] Akgül, s. 64.
[218] Ergun Gürpınar, "Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Üzerine", **I.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi,** Sayı: 23 - 24, 2001, s. 188.
[219] Akgül, s. 64.

- Kültürel özelliklerin ticarileşmesi (ticari bir meta haline gelmesi), kültürlerin farklı kültürlerle etkileşimi bazen yıkıcı olabilmekte, bu da yerel kimliğin ve özgünlüğün kaybolması anlamına gelmektedir[220].
- Kültürel mirasın, turistlerin ziyareti esnasında çeşitli sebeplerle uğradığı hasarlar kültür turizminin olumsuz sonuçlarındandır. Kültür turizmine olan talebin son yıllarda artması, bu sorunu giderek daha önemli hale getirmektedir. Bazı kültürel varlıklarda turistlerin nefesleri ve adımları bu varlıkların fiziksel yapılarına zarar verebilmektedir. Özellikle kalabalık turist gruplarının yaptığı ziyaretlerde bu etkiler kısa sürede ortaya çıkmaktadır[221].

2.2. KÜLTÜR TURİZMİ

Dünyada her 16 çalışandan biri turizm sektöründedir ve tüm uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık %7'si turizm alanına yapılmaktadır[222]. Bu bağlamda turizm, günümüzde dünyanın en büyük ekonomisi kabul edilmekte ve çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Değişen motivasyona bağlı olarak farklı turizm türlerinden söz etmek mümkündür. Bunlardan biri kültürel turizmdir. Kültürel turizmi diğer turizm türlerinden ayıran en önemli fark, onun öğrenme işlevli oluşudur. Kültür, insanların düşündüğü (tavır, inanç, fikir ve değerler), yaptığı (davranış ve yaşayış biçimi) ve oluşturduğu (sanat eserleri, el sanatları, diğer kültürel ürünler) unsurları kapsamaktadır. Dolayısıyla kültür, süreçler (insanların düşünceleri ve yaşama biçimleri) ve bu süreçlerin sonunda oluşan ürünleri (sanat, gelenekler, el sanatları, binalar) içermektedir. Bu açıdan ele alındığında kültürel turizm, geleneksel kültürel turizmde olduğu gibi, yalnızca mekan ve anıtların ziyareti değil, aynı zamanda ziyaret edilen alandaki yaşam tarzının öğrenilmesidir. Böylece bilgi ve deneyim elde edilmiş olunur. Dolayısıyla kültürel turizm, sadece geçmiş kültürlere

[220] Uslu ve Kiper, s. 306.
[221] Akgül, s. 65.
[222] Gözde Emekli, "Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm", **Ege Coğrafya Dergisi,** Sayı: 14, 2005, s. 100 (AB).

ait mekan ve anıtların ziyareti değil, bir bölge ya da ülkedeki insanların yaşam biçimi üzerine de kuruludur[223].

Kültürel turizm, bir turistik ürün olarak oldukça popülerdir[224] ve günümüzde insanlar turistik çekicilikler açısından alışılmışın dışında farklı ve özgün turistik bölgeleri talep etmektedirler[225]. Kültürel turizm kavramı ile, ülke/bölge toprakları üstünde/altında bulunan ve geçmiş dönemlerden beri süregelen birikimi içeren her türlü maddi kalıntı ile sözel geleneğin, bunlara zarar vermeden toplumun yararlanabileceği değerlere dönüştürülmesi ifade edilmektedir[226].

Miras turizmi olarak da adlandırılan kültür turizmi, ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatmasıdır[227].

Europa Nostra[228]'ya göre kültür turizmi, tarihi eser ve arazilerin, kültürel peyzajın da dahil olduğu (taşınır ve taşınmaz) yapılı kültürel mirasın ve ilgili gezi alanlarının keşfedilip keyfine varılması ve ev sahibi toplulukların kültürel geçmişini özgün biçimde temsil eden yerlerin ve etkinliklerin deneyimlenmesi amacıyla yapılan iç ve dış turizm biçimidir[229].

Kültür kavramının barındırdığı özelliklerden dolayı birçok turist uygarlıklara ve toplumlara ait kültürleri tanımak amacıyla seyahat etmekte ve turizm hareketlerine katılmaktadır. Turistlerin bu farklı kültürleri görüp tanımak amacıyla yaptığı seyahat ve konaklamalar kültür turizmi olarak adlandırılmaktadır[230]. Ayrıca kültür turizminin temelinde farklı amaç ve sebepler yatmaktadır. Eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların ve onlara ait kalıntıların görülmesi amacı, araştırma, keşif

---

[223] Alpaslan Aliağaoğlu, "Sosyo - Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler", **Coğrafi İlimler Dergisi,** Cilt: 2, Sayı: 2, 2004, s. 51.
[224] İsmail Kızılırmak ve Hüseyin Kurtuldu, "Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 1, 2005, s. 100.
[225] Orhan Batman ve Sibel Çınar Oğuz, "Kültür Turizmi", **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi,** Editör: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008, s. 189.
[226] Emekli, s. 102, (AB).
[227] Yüksel Öztürk ve İrfan Yazıcıoğlu, "Gelişmekte Olan Ülkeler için Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 2, 2002, s. 188.
[228] Europa Nostra, Avrupa çapında 50 ülkeden 250 sivil toplum kuruluşunu birleştiren uluslararası bir kültürel miras koruma örgütleri federasyonudur. http://europanostra.org.tr/content.aspx?id=9 (10.08.2015).

[229] Malta Bildirisi, http://www.mo.org.tr/UIKDocs/europanostramalta2006.pdf, (10.08.2015).
[230]Uygur ve Baykan, s. 33.

ve dini seyahatler, yerel mimari, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro, sinema, müzik, dans ve edebi çalışmalar için yapılan seyahatler bireylerin bilgi ve görgülerini arttırmakta ve kültür turizmi içinde yer almaktadır[231]. Farklı uygarlıklardan kalan eserler, şehirler, köyler, ilginç folklorik yapı, el sanatları, dokumacılık, değişik tarımsal ürünler ve bunları işleme yöntemleri turistik talebin oluşmasına farklı oranlarda etki etmektedir[232]. Kültür ve diğer turizm kaynakları bir araya geldiğinde ülke ve bölgelere birçok açıdan gelir sağlamaktadır[233].

Kültür turizmi, toplumlar için yeni bir olanak olarak görülmektedir ve kültür turizminin gelir sağlayıcı etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin yanı sıra kültürel değerlerin korunması açısından da önemli bir turizm şeklidir. Kültür turizmi bölgesel açıdan, turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırır ve yeni istihdam alanlarının oluşmasına katkı sunmakta[234] ve planlı bir şekilde yürütüldüğünde bölge alt ve üst yapısını iyileştirerek bölgede yaşayan halkın yaşam kalitesini arttırmaktadır[235].

Kültürel turizm;

- Turist deneyimlerine artı değer kazandırır, böylece nitelikli turist ile kolaylıkla ilişki kurulabilir.
- Çağdaş turizm tüketim kalıplarına uyar ve daima yüksek tatmine yol açan yeni ürünleri ve deneyimleri araştırır.
- Gelişen ve bölümlere ayrılan turizm pazarının taleplerini karşılayan farklı bir turistik ürünün oluşmasına katkı sağlar.
- Deniz - kum - güneş kaynakları dışında yeni turistik bölgeler için farklı bir bakış açısı yaratır.

---

[231] Osman Çulha, "Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması", **Yaşar Üniversitesi Dergisi**, Cilt: 3, Sayı:12, 2008, s. 1829.
[232] Batman ve Oğuz, s. 190.
[233] Roberta MacDonald ve Lee Jolliffe, "Cultural Rural Tourism Evidence from Canada", **Annals of Tourism Research,** Cilt: 30, Sayı: 2, 2003, s. 308.
[234] Öztürk ve Yazıcıoğlu, s. 188.
[235] Çiçek, s. 104.

- Turizmin mevsimlik problemini çözmek amacıyla, daha faal tatilleri, daha çevreci etkinlikleri, kısa süreli gezileri, iş gezisi yapanlara artı değer yaratan seyahatleri önerir[236].

Kültür, yaratıldığı bölge ya da topluma özgü ve eşsiz olduğundan bir başka yerde üretilemez ve yaşanamaz. Doğal ortamda görülmelidir ve kültür turisti, o kültürün bulunduğu yere gitmelidir. Bu sebeple kültür, turizm talebi yaratır. Ayrıca turistler gittikleri yere kendi kültürünü de götürürler[237]. Turistlerin ve yerel halkın etkileşimi sonucunda, diğer turizm türlerinde olduğu gibi kültür turizminde de olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu olumsuz etkiler;

- Dinsel inanç ve davranışların değişmesi,
- Ahlaki değer ve davranışların değişmesi,
- Yabancıların yaşam biçimlerinin benimsenmesi,
- Yabancı sözcüklerin yerel halkın dilindeki oranının artması,
- Yerli sanatın işlevinin ve anlamının değişmesi şeklinde sıralanmaktadır[238].

2.2.1. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

Farklı kültürleri tanıma isteği tarih boyunca insanları seyahat etmeye itmiştir. Antik Mısır Uygarlığına duyulan merak ile Avrupalının kültür turizmine ilgisi başlamıştır. Mısır, Anadolu ve Yunanistan önceleri, aristokrat ve burjuvaların, her sınıftan insanın görme ve öğrenme duygularını kamçılamış ve turizmin başlangıcı güneş ve kum değil kültür gezileri, bilinmeyeni bilme, görülmeyeni görme içgüdüsüyle ortaya çıkmıştır[239]. Bilinen en eski organize seyahatler, Romalıların Nil'e düzenledikleri kültür turlarıdır. Kültürün bir seyahat motifi olarak çok eski bir tarihi olduğu ve turist kelimesinin ilk defa 1670 yılında, Grand Tur ile bağlantılı kullanıldığı varsayılmaktadır[240] [241].

---

[236] Dinçer ve Ertuğrul, s. 70, (İST).
[237] Kozak ve Bahçe, s. 145.
[238] Çiçek, ss. 104 - 105.
[239] Sinan Genim, "Kültür Turizmi", **II. Turizm Şurası Bildirileri,** Cilt: 3, 12 - 14 Nisan 2002, Ankara, s. 205.
[240] Kozak ve Bahçe, s. 142.
[241] Çiçek, s. 103.

Özel ilgi turizminin bir türü olan kültürel turizm ilk defa 1969 yılında Kanada'nın Ontoria kentinde düzenlenen bir kongrede, kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek olarak dar anlamda tanımlanmıştır[242]. Kültür turizmi 1980'li yılların başında Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Birliği'nin kültürel kimliğini ve kültürel mirasını ortaya çıkartmak için yapılan çalışmalar ile başlamış[243] ve II. Dünya Savaşı'ndan günümüze gelişimi devam etmektedir[244].

2.2.2. Kültür Turizminin Gelişimine Etki Eden Faktörler

Kültür turizminin gelişimine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar[245] [246] [247];

- Kültür turistlerinin eğitim düzeylerinin yüksek olması sebebiyle, turistlerin katılacakları seyahatlerde daha fazla şey öğrenme isteğinin olması,
- Kültür turizminin yeni türlerinin oluşturulması,
- Turistlerin kitle iletişim araçları vasıtasıyla kültür turizmi imkanlarının farkına varması,
- Kültür turizminin, turistlere olumlu düşünce gücü sağlaması,
- Doğu Avrupa'daki ekonomik ve politik değişimin turistleri etkilemesi,
- Kültür turizmiyle ilgili özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bulunması,
- Çevre ve ekolojik denge konusunda yapılan araştırmaların artması,
- Bireylerin tarihi değerler hakkında bilinçlenmeye başlamasıdır.

[242] Kızılırmak ve Kurtuldu, s. 101.
[243] Çulha, s. 1829.
[244] Çiçek, s. 103.
[245] Kızılırmak ve Kurtuldu, s. 103.
[246] Çiçek, s. 106.
[247] Öztürk ve Yazıcıoğlu, s. 188.

2.2.3. Kültür Turizminin Özellikleri

Kültür turizmi yapı ve içerik bakımından diğer turizm türlerinden farklılık göstermektedir. Kültür turizmini diğer turizm türlerinden ayıran özellikler [248] [249];

- Kültür turizmi, uluslar ve ülkeler arasındaki anlaşma sağlamada diğer turizm türlerinden daha etkindir,
- Turistik gelirlerin ülkesel düzeyde daha geniş alanlara yayılmasını sağlar, çevreye, tarihi ve kültürel mirasa karşı daha duyarlıdır,
- Ülkelerin ortak mirasını öğrenmede toplumlara fırsat sunar,
- Turistik bir ürün haline getirilen somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunmasını sağlarken, geleneksel kültürü canlandırmaya katkı sunar,
- Turistik ürün çeşitlendirmesinde dünya markası yaratmada en etkili rolü kültürel kaynaklar oynar. Diğer bir deyişle talep yaratma, talep çeşitlendirme, turistik ürün yaratma, ürün çeşitlendirmede kültürel turizm ayrıcalıklı bir yere sahiptir.

2.2.4. Kültür Turizminin Çeşitleri

Kültür, sadece geçmişi değil aynı zamanda günümüzü de içeren bir kavramdır. Günümüzle ilgili birçok etkinlik (konser, festival, olimpiyat, sergi, vb.) kültür turizmi içinde yer almaktadır. Bu anlamda kültür turizmi, güncel ve tarihsel olarak iki bölümde incelenebilmektedir. Güncel kültür turizmi etkinlikleri kapsamında;

- Yöresel Etkinlikler: Çeşitli müzik, tiyatro gruplarının gösterisi, resim sergileri, yöresel festivaller (kiraz festivali, deve güreşleri, yağlı güreşler),
- Küçük Bölgesel Etkinlikler: Çeşitli ticaret ve sanayi fuarları (Uluslararası İzmir Fuarı, Selanik Fuarı),
- Önemli Bölgesel Etkinlikler: İstanbul Müzik Festivali,

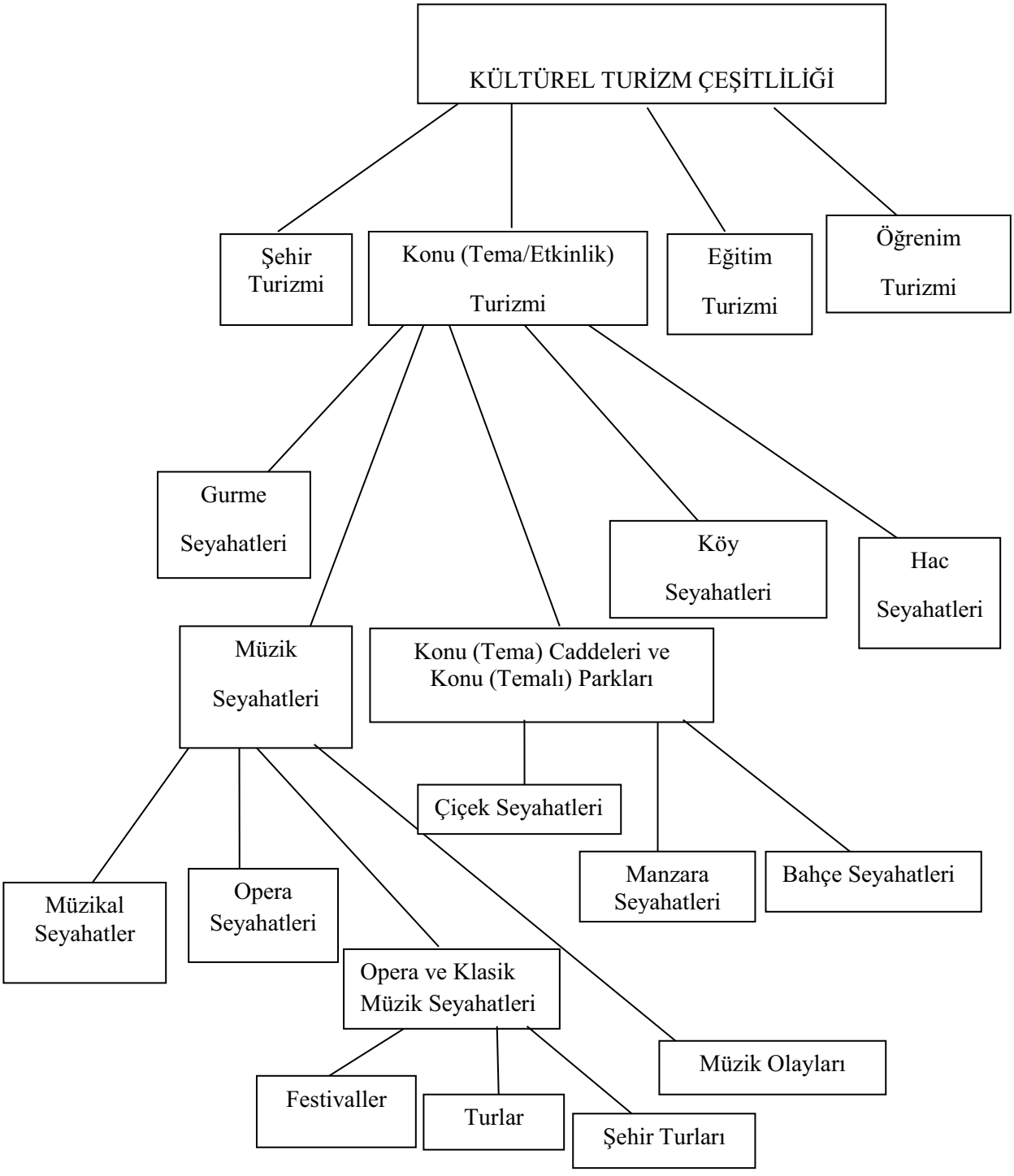
[248] Çiçek, s. 105.
[249] Gözde Emekli, "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm", **Ege Coğrafya Dergisi,** Sayı: 15, 2006, s. 55, (COĞ.).

- Uluslararası Büyük Etkinlikler: Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları sayılabilir[250] [251].

Tarihi kültürel turizm ise, ulusal sınırlar içindeki tarihi kültürel mirasın belli bir turistik organizasyon yardımıyla gösterilmesine dayanmaktadır. Bu, toplumda oluşmuş tarihi kültür mirasının sahiplenilmesi olgusuyla ilgilidir ve yabancıların bu mirasa olan ilgisi, toplumun bu mirası sahiplenmesi ölçüsünde artmakta ve azalmaktadır[252]. Dolayısıyla miras turizminde asıl olan, turistlerin miras değerlerini kendi miraslarının bir parçası olarak algılamalarıdır. Yalnızca miras kalan değerlerin nitelikleri düşünüldüğünde gerçekleştirilen turizm etkinlikleri tarih turizmi olarak adlandırılmaktadır[253].

[250] Çulha, s. 1830.
[251] Batman ve Oğuz, s. 192.
[252] Çulha, s. 1830.
[253] Aliağaoğlu, s. 52.

Şekil 3: Kültürel Turizm Çeşitliliği

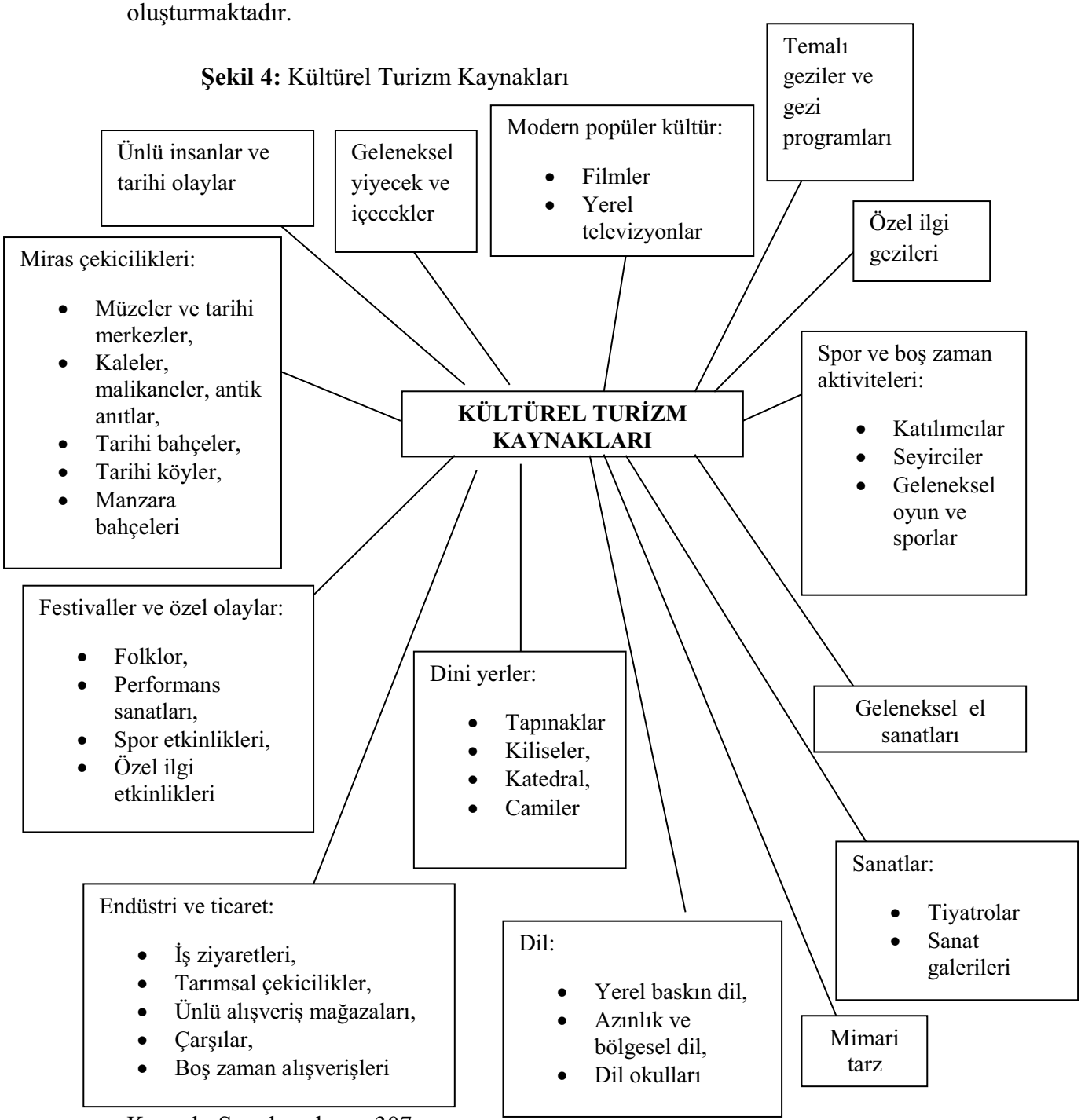


Kaynak: Üsküdar, s. 22.

2.2.5. Kültür Turizminin Kaynakları

Kültür turizminin kaynakları oldukça çeşitlidir. Tarihi ve dini yerler, sanat ve mimari yapı, iş seyahatleri, festivaller, spor etkinlikleri, özel ilgi gezileri, yerel dil, modern ve geleneksel yiyecek - içecekler kültür turizminin kaynaklarını oluşturmaktadır.

Şekil 4: Kültürel Turizm Kaynakları



Kaynak: Swarbrooke, s. 307.

Turistik destinasyonun sahip olduğu bu varlıklar, turizm gelişimi için önemli kaynakları oluşturmaktadır. Bu kaynaklar bulundukları yerlerin kültürü hakkında fikir vermektedir. Bu sebeple bu alanların korunması ve değerleri kaybedilmeden geliştirilmesi gerekmektedir. Bu kültürel varlıkların her yıl ziyaret edilmesi sonucu önemli miktarda gelir elde edilmektedir[254].

2.2.6. Kültür Turizmi İle İlgili Kurum ve Kuruluşlar

Kültür turizminin geliştirilmesi ve kültürel varlıkların korunması bu varlıkların doğru bir şekilde yönetilmesiyle gerçekleştirilebilir.

Tablo 3: Kültür Turizmi İle İlgili Kurum ve Kuruluşlar

Kamu Sektörü	Özel Sektör
• Planlama Bölümü • Koruma Bölümü • Pazarlama Bölümü • Polis/Yangın Bölümü • Ulaştırma Bölümü	• Konaklama İşletmeleri • Yiyecek - İçecek İşletmeleri • Ulaştırma İşletmeleri • Seyahat Acenteleri • Tur Operatörleri

Kaynak: Walter Jamieson, The Challenges of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism, 2000, s. 5, www.unesdoc.unesco.org, Erişim Tarihi: 20.04.2015.

Kültür turizmi ile ilgili kamu ve özel sektör faaliyetleri söz konusudur. Kamu ile ilgili kurumlar kültür turizmi etkinlikleri ile ilgili düzenlemeleri, pazarlama çalışmalarını, güvenliği ve ulaşım ile ilgili faaliyetleri yerine getirmektedir. Özel sektör ise, kültürel turizm kapsamında turistlerin konaklama, yeme - içme, ulaşım gibi düzenlemeleri yerine getirmektedir[255].

Kültürel varlıkların sunumu da önemlidir. Özellikle hükümetler, ülkelerinin sahip olduğu kültürel varlıkları başlı başına ekonomik bir kaynak olarak görmemeli ve bunları çıkarları doğrultusunda pazarlamamaları gerekmektedir[256].

[254] Uygur ve Baykan, s. 37.
[255] Uygur ve Baykan, s. 37.
[256] Walter Jamieson, **"The Challenges of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism"**, 2000, s. 3,http:// www.unesdoc.unesco.org, (20.04.2015).

2.2.7. Kültür Turisti

Kültürel bir çekicilik ya da kültürel etkinliklere katılmak için seyahat edenlere kültür turisti denir[257]. Kültür turisti kavramı seyahatlerinin birincil amacı tarihi bölgeleri ziyaret, sanatsal veya etnik festivallere katılım olan turistleri ifade etmektedir. Kültür turistleri, seyahatlerinde kültürel deneyim kazanmakta ve eğlenceye yönelik başka turistik deneyimler de elde edebilmektedirler[258]. Kültür turistleri genelde öğrenme, deneyim kazanma ve kendini keşfetme gibi etkenler tarafından güdülenmekte; iyi eğitimli, zengin ve seyahat eden üst düzey tüketici grubu olarak kabul edilmektedirler[259].

Kültürel turizm pazarı büyüme göstermektedir ve bireyler etnik kökenlerine ilgi duymaya başlamışlardır. Aynı zamanda eğitim düzeyi ile kültür ve miras turizmine olan ilgi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Geçmişle ilgili daha fazla bilgi edinme ve başka yaşam tarzları hakkında bilgi sahibi olma arzusu, eğitim düzeyi arttıkça yükselme eğilimi göstermektedir[260].

Yapılan araştırmalar, kültür turistlerinin özellik, tutum ve davranışlarının tatil turistlerinden farklı olduğunu göstermektedir. Bu farklılıklar[261] [262] [263] [264];

- Kültür turistlerinin gelir düzeyleri diğer turistlere göre daha yüksek,
- Seyahatleri sırasında geceleme süreleri daha uzundur,
- Gidilen bölgedeki yerel halktan daha eğitimli,
- Yaş ortalaması genellikle 50 ve üzeri olan,
- Çoğunluğunu kadınların oluşturduğu,
- Genellikle kitle turistlerinden ayrı, bireysel ve küçük gruplar içinde seyahat eden,

---

[257] Çiçek, s. 106.
[258] Bonita M. Kolb, **Tourism Marketing for Cities and Towns,** Elsevier Publishing: Oxford, 2006, s. 121.
[259] Üsküdar, s. 17.
[260] Uygur ve Baykan, s. 39.
[261] Kızılırmak ve Kurtuldu, ss. 103 - 104.
[262] Çiçek, s. 107.
[263] Uygur ve Baykan, s. 39.
[264]ÇEKÜL Vakfı, **"Sürdürülebilir Kültür Turizmi İçin Kamu - Yerel - Sivil - Özel İşbirliği"**, 2012, s. 4, http://www.cekulvakfi.org.tr/files/dosyalar-haber/_surdurulebilir_kultur_turizmi_kilavuzu.pdf, (25.05.2015) (İŞ).

- Meraklı, ilgili, özgür ve acelesi olmayan,
- Seyahatlerini nisan – eylül arasına yayan,
- Kültürel bir geziyi kişisel gelişim fırsatı olarak gören ve beklentileri yüksek,
- Tarihi ve kültürel çevre, kentsel alanlar ve kasaba dokularının tümünü içeren bütüncül bir deneyim arayan,
- Kültürel ve sanatsal etkinliklere daha duyarlı, gittiği destinasyonu tanımaya istekli, doğaya, gidilen bölgenin kültür ve geleneklerine saygılı olmalarıdır.

Kültürel mirasın turistik ürün olarak sunulduğu kültür turizminde dikkate alınması gereken konulardan biri turistlerin kültürel varlıklara ve yaşadıkları deneyimlere bakış açılarının değerlendirilmesidir. Kültür turizmi sayesinde turistlerin düşüncelerinin belirlenmesi, ekonomik kazanımların artmasını sağlar, aynı zamanda kültürel miras kapsamına giren varlıkların insanların hayata bakışlarını nasıl değiştirdiği konusunda da geribildirim verir. Turistlerin turizm bölgesindeki yerli halkın kültürüne verdikleri değer ve kültürel ürünlere olan bağlılıklarının belirlenmesi, turizm bölgesindeki etkinliklerin şekillenmesinde etkilidir. Ayrıca turistlerin değerlendirme yapmaları, kültürel mirasın korunmasına yardımcı olurken kamuoyunun ilgi ve bilgisinin artmasını ve turist yoğunluğunun artmasını da sağlayacaktır[265].

2.2.7.1. Kültür Turizmine Katılma Nedenleri

Kültür turizmine katılan turistler değişik amaçlarla seyahat etmektedirler. Bazı turistler seyahatleri süresince kültürel deneyim kazanmayı hedeflemekte, bazıları ise görülmeye değer yerleri gezmeyi hedeflemektedirler. Turistlerin kültür turizmine katılma nedenleri[266];

- Eğitim amaçlı seyahatler, kültür turizmi içinde değerlendirilmektedir. Fotoğraf çekmek, resim ya da çizim yapmak, dil öğrenmek amacıyla yapılan geziler buna örnek gösterilmektedir.

[265] J. Alison McIntosh, "Into The Tourist's Mind: Understanding The Value of The Heritage Experience", **Journal of Travel and Tourism Marketing,** Cilt: 8, Sayı: 1, 1999, S. 42.
[266] Uygur ve Baykan, s. 40.

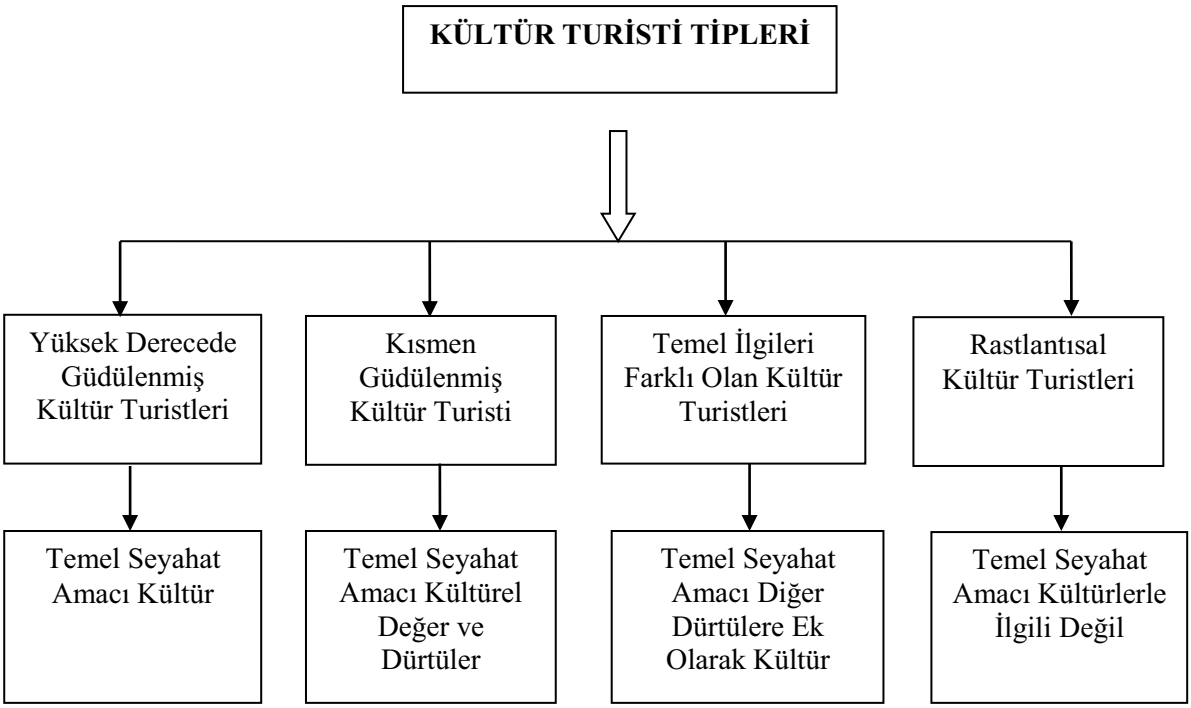
- Festivaller, tiyatro gösterileri, müzik dinletileri ve diğer sanatsal etkinliklere katılmak amacıyla seyahat edilmektedir.
- Turistler, gezileri boyunca farklı kültürleri tanımak amacıyla kültürel bölgeleri ziyaret etmektedir.
- Kültürel deneyim kazanma arzusu içinde birçok turist seyahat etmektedir.

2.2.7.2. Kültür Turisti Tipleri

Kültür turistleri hakkında bilgi sahibi olmak, kültür turizmi pazarlaması açısından önem taşımaktadır. Farklı şekillerde güdülenmiş kültür turistlerinin ziyaret amaçları pazarlama stratejilerini etkilemektedir. Turizme katılma amacı kültür olan turistler yüksek derecede güdülenmişlerdir. Bu yüzden kültür turizmi ürünlerinden ve hizmetlerinden faydalanma konusunda isteklidirler ve en önemli pazar dilimini oluşturmaktadırlar. İkinci önemli pazar dilimini kısmen güdülenmiş kültür turistleri oluşturmaktadır. Kültür ve diğer dürtülerle seyahat etmektedirler ve ziyaret ettikleri bölgede kültürel imkanlardan büyük oranda yararlanmaktadırlar. Temel seyahat amacı öncelikli olarak kültür olmayan, başka dürtülerle seyahat eden temel ilgileri başka olan turist dilimi ise, ziyaret ettikleri destinasyonlarda az da olsa kültürel olanaklardan faydalanmaktadırlar. İş amaçlı seyahat eden bir turistin kültür turuna katılması örnek verilebilir. Kazara kültür turistlerinin temel seyahat amacı, kültür olmamakla beraber yine de, gittikleri destinasyonda yüzeysel de olsa kültür etkinliklerine katılmaktır. Bu dilimde yer alan turistler seyahat planlarında istenmedik değişiklikler olduğunda (yağmur yağmasına bağlı etkinlik programının ertelenmesi gibi) kültürel yerlere yapılan gezilere katılırlar[267] [268].

[267] Çiçek, s. 107.
[268] Zafer Öter ve Osman N. Özdoğan, "Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk - Efes Örneği", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Cilt: 16, Sayı: 2, 2005, s. 129.

Şekil 5: Kültür Turisti Tipleri



Kaynak: Çiçek, s. 106.

2.2.8. Sürdürülebilir Kültür Turizmi

Sürdürülebilirlik, mevcut varlıkların gelecek kuşaklara aktarılması iken; kültürel miras, geçmişten gelen turizm merkezli varlıkları ifade etmektedir. Kültürel mirasa konu olan varlık önce günümüze kadar gelmeli, sonra da gelecek kuşaklara aktarılabilmelidir. Turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi ve olumlu etkilerinin de en üst düzeye çıkarılması bütün turistik alanlar için istenen bir sonuçtur. Bu kapsamda, turizme konu olan varlıkların gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde korunması ve geliştirilmesi, kısaca sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir[269].

Tarihi kent ve kasabaların ziyaretçilerine sunduğu en kıymetli deneyim kültür mirası ise, bu mirası korumanın önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Kültür turizmi

[269] Osman Nuri Özdoğan, "Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras", **Sürdürülebilir Turizm Kavramlar – Uygulamalar,** Editör: Metin Kozak, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 52.

programlarının temel sorunu, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken değerlerin, turizmden zarar görüp yok olmaması için bu değerleri güvence altına almaktır[270].

Geçmişten gelen kültürel varlıkların çoğaltılamaması, turist sayısındaki artış ve turistik ürünün sıradanlaşması, kültür turizminin dengesiz bir şekilde aşırı büyümesine yol açmaktadır. Bu durum bilinçli kullanım ve sürdürülebilirlik sorununu beraberinde getirmekte ve kaynakların sürdürülebilir bir biçimde kullanımını gerektirmektedir. Örneğin artan turist sayısı ve destinasyon kaynakları üzerindeki baskısı, yöneticiler için pazar yönlü değil ürün yönlü stratejilerin geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Kültür turizmi kaynaklarına olan aşırı talebin, kalite sorunlarını beraberinde getireceği ve kültürel varlıkların turistler tarafından istismar edileceğini ortaya koymaktadır[271].

2006 yılında Malta'da düzenlenen Europa Nostra Kongresi'nde "Kültür Turizminin Desteklenmesi ve Kontrolü" temasıyla kabul edilen bir bildiri kültür turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir adım olarak görülmektedir. Bu bildiri, Avrupa Birliği (AB) kurumlarını, Avrupa Konseyi'ni, ulusal, bölgesel ve yerel yönetimleri ve kültür turizmiyle uğraşan turizm ve kültürel miras kuruluşlarını Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nün Turizm Etiği Kuralları'ndaki (EK 1)[272] ve ICOMOS (Uluslararası Anıtlar ve Sitler Komisyonu) Uluslararası Kültür Turizmi Şartı'ndaki ilkelere (EK 2)[273] uymaya çağırmaktadır. Ayrıca Avrupa'daki kültür turizminin sürdürülebilir ve dengeli kalkınmasını teşvik edecek ve iyi uygulamaların hayata geçirilmesini sağlayacak adımlar atmaya davet etmektedir. Bu bildiride AB kurumlarının, Avrupa Konseyi'nin, ulusal ve bölgesel hükümetlerin ve kültür turizmiyle uğraşan turizm ve kültürel miras örgütlerinin uymaları gereken uygulamalar aşağıdaki gibidir[274]:

- Turizmin dengeli kalkınması için ICOMOS Uluslararası Kültür Turizmi Şartı'nda belirlenen ilkelere uymak,

---

[270] ÇEKÜL, s. 6, (İŞ).
[271] Deepak Chhabra, "Proposing a Sustainable Marketing Framework Heritage Tourism", **Journal of Sustainable Tourism,** Cilt: 17, Sayı: 3, 2009, s. 310.
[272]Global Etik Kurallar, http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf, (10.08.2015).
[273]ICOMOS Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü, http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_0473172001407841550.pdf, (10.08.2015).
[274] Malta Bildirisi, (10.08.2015).

- Kültür turizmi pazarında sürdürülebilir büyümeyi desteklemek ve kültürel miras alanlarına yapılan gezilerdeki turist sayısını uygun sürdürülebilir sınırlar içinde tutan dikkatli bir planlama anlayışı benimsenerek kültürel mirasın zarar görmesini ve bozulmasını engelleyici olumlu adımlar atmak,
- Ev sahibi toplumların esas karakterlerinden ve kültürel turizm potansiyellerinden taviz vermeden, ulusal ve bölgesel ekonomik ihtiyaçları ve kültür turizminin sağlayacağı gelir ve iş olanaklarını kabul edip saygı duymak,
- Kültür turizmini, kültürel miras alanlarına yatırım yaparak canlandırmanın ve bir bölgenin kültürel mirasını, karakterini ve geçmişini özgün bir biçimde temsil eden yerleri ve etkinlikleri deneyimlemenin bir aracı görüp dengeli ve sürdürülebilir bir biçimde desteklemek,
- Gezi alanlarına inşaat yapılması için gelebilecek baskılar önceden tahmin edilerek kültür turizmi talebinin bir sonucu olan aşırı büyümeyi ve hasarı önleyecek teknikler uygulanarak kültürel miras alanlarının korunmasını garanti altına almak,
- Gezi alanlarındaki değeri yüksek miras alanlarını ve bu alanların idaresiyle ilgili birtakım kurallar koyup uygulanmasını sağlayarak kültür turizminin baskısından korumak,
- Kültürün çeşitliliğini sürdürebilmek için gezi alanlarındaki kültürel miras öğelerinin geliştirilmesine yatırım yapmak ve bu alanların iyileştirilmesinde birlikte çalışmak,
- Kültürel mirası yerel toplum düzeyinde desteklemek için ticari ve sivil grupların ortaklık kurmalarına, gezi alanlarının tarihine, kültürüne yatırım yaparak ziyaretçilere eğitici ve eğlendirici deneyimler kazanmalarına destek olmak,
- Kültürel mirasın korunması için çalışan topluluk ve turizm sektörünü, gezi güzergahlarındaki Avrupa kültürel mirasına ait öğelerin ve kültürel peyzajın korunması için işbirliği yapmaya teşvik etmek,

- Avrupa turizmini global bir durak olarak kabul eden çalışmalar etrafında bu bildirgede düzenlenen ilkeler doğrultusunda bir Avrupa Sürdürülebilir Kültür Turizmi Belgesi oluşturulması fikrini teşvik etmek.

Bu bildiri, sürdürülebilir kültür turizmini destekleyen ilkelerin benimsenmesi bakımından dikkat çekici öğeler içermektedir.

Sürdürülebilir turizm ve kültürel miras arasındaki ilişki üç şekilde açıklanmaktadır. İlki, kültürel miras varlıklarının yok olması gelecekteki turistlerin seyahatlerinde tarih ve gelenekleri görme fırsatından yoksun bırakacaktır. İkincisi, kültürel mirasın sürekli kullanılabilir olması turizm sektörünün sahip olduğu verimliliği arttıracaktır. Üçüncüsü ise, kültürel mirasın yok edilmesi, yenilenmesi, aşırı kullanımı veya aşırı ticarileştirilmesi sosyal adalet ilkelerinin ihlal edilmesine sebep olmaktadır[275].

Kültürel mirasın sürdürülebilir koruma politikası için beş faktör belirlenmiştir. Bunlar; somut donanım (altyapı, koruma teknolojisi, bilgi ve iletişim teknolojileri), soyut donanım (yasalar, şehir planlama araçları, yapısal mirasın korunması, sosyo-ekonomik veriler, bilgi sistemleri), ekolojik donanım (gelecek kuşaklara kaliteli çevresel unsurlar bırakmak için koruma amaçlı ölçüm araçları), dikey donanım (ekonomik mekanizmalar ve yatırım stratejileri), örgütsel donanım (koordinasyon yapısı, planlamayı sağlayacak katılımcı aktörler ve kaynaklar) olarak açıklanmaktadır[276].

Kültür, miras ve turizm doğru yönetildiği zaman aralarında bir sinerji (görevdeşlik) yaratacak fırsatlar bulunmaktadır. Bu fırsatlar her yerleşimde farklılık gösterdiğinden her yerleşim için farklı çözümler geliştirilmesi gerekmektedir. Farklı çözümlerin bölge ölçeğinde aynı coğrafya ve kültürü paylaşan şehirlerin birbirinden habersiz ve bağımsız olarak değil, birbiriyle tutarlı ve anlamlı bir bütünlük içinde üretilmesi önemlidir. Bu süreçte merkezi yönetsel organları, yerel yönetimlerin,

[275] Hilary du Cros ve diğerleri, "Cultural Heritage Assets in China as Sustainable Tourism Products: Case Studies of the Hutongs and the Huanghua Section of the Great Wall", **Journal of Sustainable Tousim,** Cilt: 13, Sayı: 2, 2005, s. 172.
[276] Tolina Loulanski ve Vesselin Loulanski, "The Sustainable Integration of Cultural Heritage and Tourism: a Meta – Study", **Journal of Sustainble Tourism,** Cilt: 19, Sayı: 7, 2011, s. 843.

turizm sektörünün ve yerel halkın birlikte hareket etmesi, etkin ve sürdürülebilir bir kültür turizmi için kamu-yerel-sivil-özel birlikteliğe işlerlik kazandırılması gerekmektedir[277].

Kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm paydaşların birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanmasında yer alacak paydaşlar; özel sektör, işletmeler, yerel halk, kamu kurum ve kuruluşları, eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları, turizm ve kültürle ilgili profesyoneller, medya ve turistler olarak sıralanmaktadır. Tüm paydaşların kültürel mirasın korunması ve turizm amacıyla kullanılmasından doğabilecek olumsuz etkilerin en aza indirilmesi konusunda işbirliği içinde olması gerekmektedir[278]. Bu çerçevede belediyeler, bölge esnafı, yatırımcılar ve yerel sivil toplum kuruluşlarını bir araya getiren yapılanmalar tüm paydaşların yararına hizmet edecektir[279].

Kültürel mirasın korunarak devamının sürekli kılınması için birtakım ilkelerin uygulanması gerekmektedir. Sürdürülebilir kültür turizmi için temel ilkeler[280];

- Tarihi kentlerin yerel yöneticileri, öncelikle kültürün ve mirasın değerinin bilincinde olmalı ve bu değerleri turizmin getirisinin üstünde tutmalıdır.
- Kültür turizmi uygulamalarında özgünlük ve farklılıklara, yerel kültürlere ve inançlara saygılı olunmalıdır.
- Kültürel miras unsurları korunmalı ve kültür turizmi bu amaca hizmet etmelidir.
- Kültür turizmi yerel halkın ihtiyaçlarına sorumlu bir biçimde yaklaşmalı ve turistler bu konuda bilgilendirilmeli, kültür turizmi faaliyetleri de ev sahibi toplum tarafından onaylanmalıdır.
- Belediyeler, yerel topluluklar ve iş yerleri gibi yerel paydaşlar kültür turizminin geliştirilmesi sürecinin içinde yer almalıdır.

---

[277] ÇEKÜL, s. 21, (İŞ).
[278] Özdoğan, s. 55.
[279] TÜSİAD, **"Türkiye'de Alternatif Turizmin Gelişimine Yönelik Değerlendirmeler"**, 2014, s. 14, http://www.tusiad.org.tr/__rsc/shared/file/Turizm-raporu-Mardin.pdf, (25.05.2015).
[280] ÇEKÜL, ss. 15 – 16, (İŞ).

- Kültür turizmi yerel halkın tamamına eşitlikçi fayda sağlamalıdır.
- Kültür turizmi turistlerin gereksinimlerine yanıt vermeli, yüksek kaliteli bir deneyim yaşatmayı amaç edinmelidir.
- Karbon salınımını düşürecek önlemler alınmalı, su ve enerji gibi kıt kaynaklar korunmalı ve çöp üretimi düşürülmelidir.
- Kültür turizmi, sürdürülebilir bir ulaşım sistemi üstüne kurulmalıdır.
- Kültür turizminin yönetim ve gelişimi değişime açık olmalıdır.

2.2.9. Edirne'nin Kültür Turizmi Potansiyeli

Edirne, Trak soyundan olan Odryslerin önemli bir yerleşim yeri olarak kurulmuştur. Meriç, Arda ve Tunca nehirlerinin birleştiği bir noktada yer alan Odrysai, Roma döneminde (M.Ö. 342 - 341) Makedonya ile yapılan savaşta yenilip Makedon Krallığına dahil olmuştur. M. S. 2. yüzyılda Roma egemenliğine girmiş ve Roma Kralı Hadrianus kente kendi adını vermiştir. M.S. 395 yılında Roma'nın ikiye ayrılmasıyla Doğu Roma topraklarına dahil edilmiştir. Bu tarihten sonra Hunların, Avarların, Gotların, Bulgarların ve Peçeneklerin birçok akınına uğramıştır. 1361 yılında Sultan I. Murat tarafından fethedilmiş ve bu tarihten sonra Osmanlı kenti kimliğine bürünmüş ve Edrinus/Edrune/Endriye isimleriyle anılmıştır. Bursa'dan sonra ikinci başkent olmasıyla kentte birçok eser inşa edilmeye başlamıştır. Kent, 17. yüzyılda en geniş sınırlarına ulaşmış, 19. yüzyılda ise 1877 – 1878'de yaşanan Rus işgali ile hem sosyal hem de ekonomik açıdan zayıflamış, kentin demografik yapısında da değişmeler meydana gelmiştir. 20 Ocak 1878 tarihinde Osmanlı Rus Savaşı sonrası imzalanan Ayastefanos Antlaşmasıyla "Serhad Şehri" unvanını alarak sınır kenti olmuştur. I. ve II. Balkan Savaşları ve I. Dünya Savaşı sonrası 1920 -1922 döneminde Yunanlıların işgaline uğramış ve 25 Kasım 1922 tarihinde bağımsızlığını kazanmıştır. 1923'te Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle yeni bir döneme girmiştir [281] [282] [283].

[281] Ahmet Usal, **Edirne Tarihi ve Kültürü,** Edirne Vergi Dairesi Başkanlığı Yayını, Edirne, 2006, s. 37.
[282] Edirne Belediyesi, **"Turizm Rehberi"**, Edirne Belediyesi Yayınları, Edirne, 2014, s. 8.
[283] Edirne Valiliği, **"Edirne'nin Tarihçesi"**, 2015, http://www.edirne.gov.tr/edirneicerik.php?id=1, (20.04.2015).

Edirne, tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapması dolayısıyla zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Edirne'nin sahip olduğu somut kültür varlıklar şunlardır[284];

Tarihi ve Kültürel Yapılar: Taş Odalar, Edirne Yeni Saray Kalıntıları, Saray Hamamı.

Dini Yapılar:

Camiler: Selimiye Camii, Eski Cami, Üç Şerefeli Cami, Gazi Mihal Camii, Dar'ül Hadis Camii, Defterdar Camii, Sittişah Camii, Hıdır Ağa Camii, Beylerbeyi Camii, Kadı Bedrettin Camii, Kasım Paşa Camii.

Kiliseler: Sveti Konstantin Elena Kilisesi, Sveti Georgi Kilisesi.

Sinagog: Edirne Büyük Sinagogu.

Bahai Evi:

Sosyal Amaçlı Yapılar:

Külliyeler: II. Bayezid Külliyesi ve Şifahanesi.

Bedestenler: Bedesten.

Sivil Mimari Yapılar:

Kervansaraylar: Rüstem Paşa Kervansarayı, Ekmekçizade Kervansarayı.

Çarşılar: Bedesten Çarşısı, Selimiye Arasta Çarşısı, Ali Paşa Çarşısı.

Köprüler: Meriç Köprüsü, Tunca Köprüsü, Gazi Mihal Köprüsü, Yıldırım Bayezid Köprüsü, Kanuni Köprüsü, Fatih Köprüsü.

Hamamlar: Tahtakale Hamamı, Gazi Mihal Hamamı.

Deveci Hanı (Eski Karakol):

Karaağaç Eski Tren Garı:

[284] Usal, s. 63 - 107.

Makedon Saat Kulesi:

Edirne Evleri:

İlhan Koman Konağı:

Müzeler: Edirne Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Türk İslam Eserleri Müzesi, Sultan II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi, Selimiye Vakıf Müzesi, Lozan Anıtı ve Müzesi, Şükrü Paşa Anıtı ve Balkan Şehitlikleri Müzesi.

Festival Etkinlikler: Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Uluslararası Bando ve Ciğer Festivali, Kakava – Hıdrellez Şenlikleri.

Geleneksel El Sanatları: Edirnekari, Çini, Misk Sabunu, Ebru Sanatı, Aynalı Süpürge, Talika.

Geleneksel Edirne Mutfağı: Hünkar Beğendi, Mamzana, Ciğer Sarma, Akıtma, Tava Ciğer, Edirne Köftesi, Edirne Beyaz Peyniri, Badem Ezmesi, Deva - i Misk Helvası, Kavala Kurabiyesi.

Edirne il genelinde 33 adet askeri yapı, 313 adet dinsel ve kültürel yapı, 42 idari yapı ve 327 sivil mimari örneği olmak üzere toplam 715 adet yapı bulunmaktadır. Ayrıca, 86 adet arkeolojik sit alanı, 1 adet kentsel sit alanı, 1 adet tarihi sit alanı ve 17 adet doğal sit alanı, toplamda 105 adet sit alanı bulunmaktadır[285]. Kırkpınar Yağlı Güreşleri, 2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne, Selimiye Camii ve Külliyesi ise 2011 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir. İstanbul ve Edirne ortak mirası olan Ebru Sanatı, 2014 yılında Somut olmayan Kültürel Miras Listesi'ne girmiştir. Ayrıca Hıdrellez - Kakava Şenlikleri için başvuruda bulunulmuştur.

[285] Edirne Valiliği, "**Edirne kültürü"**, http://www.edirne.gov.tr/edirneicerik.php?id=7, (20.04.2015).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİDİ OLARAK KÜLTÜR TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: EDİRNE İLİ UYGULAMASI

3.1. ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, örneklem ve sınırlılıkları, yöntemi, verilerin toplanması, analizi ve araştırmanın geçerlik ve güvenirliği hakkında bilgilere, değerlendirme ve yorumlara yer verilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı

Araştırmanın amacı; kültür turizmi ve sahip olduğu kültürel mirasın çekim gücü ile turist kabul eden bir destinasyon olan Edirne ilinin mevcut turistik ürünlerinin belirlenmesi, sürdürülebilir bir turizm gelişimi için yapılması gerekenler hakkında öneriler sunulması, daha fazla turist ve geceleme sayısı için yeni turistik ürünler oluşturulmasına yönelik fikirler ortaya konabilmesidir.

Edirne, sahip olduğu kültürel çekicilikleriyle turizm potansiyeli yüksek bir kenttir. Çekim unsuru olan kaynağın uzun vadelerle kendine yönelik talep yaratabilmesi ve süreklilik arz edebilmesi için turistik ürün çeşitlendirmesi özenle planlanmalıdır. Bu planlama sürecinde üniversite, kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkın işbirliği önem taşımaktadır. Planlama sürecinde işbirliği sağlandığında, turizm bilinciyle birlikte koruma bilinci de oluşacak ve kültürel değerlerin (mirasın) gelecek nesillere aktarılabilmesi için hem sürdürülebilirlik sağlanacak hem de bölge ve ülke ekonomisine katkı yaratarak Edirne'de yatırımların atmasına yol açacaktır.

Bu çalışma, fikir vermesi ve öneriler sunması bakımından Edirne kültür turizmi için önem taşımakta ve turizm alanında görev alan kurum, kuruluş ve sektör temsilcilerinin görüşlerine dayanılarak hazırlandığı için yararlı olacağı

düşünülmektedir. Ayrıca bu alanda yapılmış olan akademik çalışmaların eksikliği göz önüne alındığında, bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Araştırma, Edirne'de turizm alanında görev alan, bilgi sahibi, proje üreten akademisyen, gazeteci, kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşları yöneticilerinden seçilmiş kişilerin görüşlerini kapsamaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Edirne'de bulunan turizm alanında yetkili tüm kamu kurumu yetkilileri, yerel yönetim yöneticileri, özel sektör içerisinde yer alan tüm otel, seyahat acentesi ve yiyecek - içecek işletmesi yöneticileri ile tüm sivil toplum kuruluşları, turizm alanında eğitim veren kurumlar oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemi kartopu (zincir) örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu yaklaşım araştırmanın konusu ile ilgili bilgi kaynağı olabilecek bireylerin saptanmasında etkilidir. Süreç "*Bu konuda en çok bilgi sahibi kimler olabilir? Bu konuyla ilgili kim ya da kimlerle görüşmemi önerirsiniz?"* sorularıyla başlar. Süreç ilerledikçe elde edilen isimler kartopu gibi büyüyerek devam eder. Belirli bir süre sonra belirli isimler öne çıkar ve araştırmacının görüşmesi gereken birey sayısı azalır[286]. Araştırmada görüşülen kişiler bu yöntem yardımı ile ortaya çıkmıştır.

Araştırmada kullanılan görüşme yöntemi, yapısı gereği görüşmenin yapılacağı kişilerin gönüllü şekilde zaman ayırması sonucunda sağlıklı sonuçlar verebilecek bir yöntemdir. Bu bakımdan görüşmelerin gerçekleştirilebilmesi, karmaşık bir randevu trafiği ile mümkün olmaktadır. Bu durum, zaman ve maliyet bakımından araştırmacının önünde en büyük engeli oluşturmaktadır. Bu nedenle Edirne'deki tüm sektör yetkilileri ile görüşmek mümkün olamamıştır. Toplamda 22 kişiden randevu talep edilmiş, bir otel yöneticisi sebep göstermeksizin talebi reddetmiş, biri lokanta ve diğeri belediye belgeli otel yöneticisinden ise randevu alınmasına rağmen iş yoğunlukları sebebiyle görüşülememiştir. Araştırma, Edirne ilinde turizm ile ilgili kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarından seçilmiş uzmanlar ile sınırlıdır.

---

[286]Ali Yıldırım ve Hasan Şimşek, **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri,** Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008, s. 111.

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Yöntem, belli bir sonuca ulaşmak amacıyla bir plana göre izlenen yoldur[287]. Bu araştırmada gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır[288]. Nitel araştırma, farklı bilgi parçalarından yola çıkarak bütünü veya kuramı kendisi oluşturması için gerekli olan verilerin toplanmasına aracılık etmektedir[289]. Bu tanımda "kuram oluşturma" toplanan verilerden hareket ederek daha önceden bilinmeyen birtakım sonuçları birbiriyle ilişki içinde açıklayan bir modelleme çalışmasıdır. Bu da araştırmacının esnek olmasını, toplanan verilere göre araştırma sürecini yeniden biçimlendirmesini ve toplanan verilerin analizinde tümevarıma dayalı bir yaklaşım izlemesini gerektirir[290].

Nitel veriler yoluyla insanların yaşam deneyimleri doğrudan alıntılanabileceği için ve insan deneyimleri de belgeler, gözlem ve soru formaları yoluyla araştırılabileceğinden araştırma konusu oluşturulurken nitel verilerden yararlanılmaya karar verilmiş ve araştırma bu kapsamda kurgulanmıştır. Bu araştırmaya konu olan insan deneyimlerinden yararlanmak amacıyla nitel bir araştırma çerçevesi oluşturulmuştur. Bu nedenle araştırmada veri toplama tekniği olarak görüşme seçilmiştir.

3.1.4. Veri Toplama Tekniği

Araştırma verilerinin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme, araştırmanın amaçlarına uygun bilgi toplamaya çalışan araştırmacı ile görüşülen kişi arasında soru sorma ve cevap vermeye dayalı

---

[287] Türk Dil kurumu, (24.04.2015).
[288] Yıldırım ve Şimşek, s. 39.
[289] Metin Kozak, **Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri,** Birinci Baskı**,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 29.
[290]Yıldırım ve Şimşek, s. 40.

bir iletişim sürecidir[291] ve bireylerin, çeşitli konulardaki bilgi, düşünce, tutum ve davranışları ile bunların olası sebeplerinin öğrenilmesinde kullanılmaktadır[292].

Bu araştırmada görüşme formu yardımıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında ses kaydı alınmış ve notlar tutulmuştur. Görüşme soruları EK 3'te verilmiştir.

3.1.5. Veri Toplama Süreci

Bu araştırma kapsamındaki görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle veri toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme esnek olup, görüşmenin akışına bağlı olarak soruların sayısı ve sırasında değişiklik yapılabilmektedir[293]. Bu çalışmada sorular sırasıyla sorulmak istense de bazı katılımcıların bazı soruların cevabını sormadan vermeleri o katılımcılarda soruların atlanmasına ve sırasının değişmesine sebep olmuştur.

Araştırma sürecinde görüşmeler 12 - 21 Mayıs 2015 tarihleri arasında, katılımcıların belirlediği zamana ve yere göre belirlenmiştir. Görüşme yerleri katılımcıların ofisleri olmuştur. Katılımcılar akademisyen, gazeteci, kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinden oluşmaktadır. EK 4'te görüşülen 19 katılımcının isimleri ve temsil ettikleri kurum ve kuruluşları belirten bir liste bulunmaktadır. Her görüşmeye görüşmenin yapıldığı sıraya göre bir numara verilmiş, analizlerde kişilerin ismi yerine görüşme numaraları kullanılmıştır.

Her katılımcıya toplamda 9 soru yöneltilmiş ve katılımcının konuya olan ilgi ve bilgisi dahilinde görüşme süreleri 25 - 80 dakika arasında değişiklik göstermiştir. Katılımcılara yöneltilen sorular, araştırma konusu ve amacı ile ilgili olup literatürdeki kaynakların incelenmesi ile oluşturulmuştur.

"Edirne'de kültürel miras turizmi kapsamında mevcut turistik ürünlerin belirlenmesi, çeşitlendirilmesi ve kültür turizminin sürdürülebilir gelişimi için neler

---

[291] Jale Balaban Salı, "Verilerin Toplanması", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri,** Editör: Ali Şimşek, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012, s. 142.
[292] Abdullah Kuzu, "Veri Toplama Yöntem ve Araçları", **Bilimsel Araştırma Yöntemleri,** Editör: Adile Aşkım Kurt, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 104.
[293]M, Kozak, s. 90.

yapılması gerekmektedir?" araştırma sorusu ışığında geliştirilen görüşme soruları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Görüşme Soruları

- Edirne'deki mevcut turistik ürünler ve çekicilikler nelerdir?
- Edirne en çok hangi dönemde turist çekiyor ve en çok hangi amaçla Edirne'ye turist geliyor?
- Edirne turistik açıdan yeterli altyapı/ üstyapı ve diğer turistik destinasyonlar karşısında turizmden aldığı payı arttırmak için yeterli rekabet gücüne sahip mi?
- Turistlerin Edirne'ye ulaşımı (ulaşabilirliği) kolay mıdır?
- Edirne bir imaja sahip midir? (Edirne dendiğinde turistin zihninde bir resim oluşuyor mu?)
- Edirne'deki turistik ürün çeşitlendirmesi yeterli midir? Yeterli değilse neler yapılmalıdır?(Pazara hangi ürünler ile girilmelidir?)
- Edirne'de özellikle kültürel mirasın ve diğer turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği için çalışmalar yapılıyor mu? Yapılıyorsa bunlara örnek verir misiniz?
- Edirne'de turizm alanındaki paydaşlar (kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları (STK), yerel yönetim, üniversite ve yerel halk) arasında işbirliği yapılıyor mu? Yapılıyorsa örnek teşkil edecek çalışmalar nelerdir?
- Edirne'de kültür turizmini geliştirmek ve Edirne'ye daha fazla turist çekmek için neler yapılmalıdır?

Katılımcılar ile görüşmek için randevular 28 Nisan - 4 Mayıs 2015 tarihleri arasında alınmıştır. Randevular alınıp planlamalar tamamlandıktan sonra araştırmaya konu olan Edirne'de bulunan katılımcılar ile görüşmek üzere Edirne'ye gidilmiştir. İlk görüşme 12 Mayıs 2015, son görüşme 21 Mayıs 2015 tarihinde gerçekleştirilmiştir. 22 kişiden görüşme talep edilmiş, bir sektör yöneticisi sebep göstermeden randevu talebini reddetmiştir. Diğer iki sektör yöneticisinden randevu

alınmasına rağmen işlerinin yoğunluğu sebebiyle görüşme gerçekleştirilememiştir. Görüşme gerçekleştirilemeyen katılımcılar asgari 4 defa aranmıştır.

Görüşmeye başlamadan önce, katılımcılara araştırmanın içeriği ve amaçları hakkında bilgi verilmiş, varsa katılımcıların soruları yanıtlanmıştır. Görüşme sırasında akıcılığın bozulmaması ve verilen cevapların eksiksiz kayıt altına alınabilmesi amacıyla ses kayıt cihazı kullanılacağı belirtilip konuyla ilgili katılımcının izni ve onayı alınmıştır. Ses kayıtlarının araştırmacı dışında kimse tarafından dinlenmeyeceği, ses kayıtlarının yazılı dökümlerinin ise katılımcıların gizliliğini sağlamak koşulu ile elde edilen bilgilerin güvenirliği için sadece alanında uzman kişilerle paylaşılabileceği konusunda teminat verilmiştir. Görüşmede katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuştur ve katılımcıların konudan sapması ve bilgi istemesi haricinde herhangi bir müdahalede bulunmadan görüşmeler tamamlanmıştır.

3.1.6. Verilerin Analizi

Veri analizinin ilk aşaması, görüşmeler tamamlandıktan sonra görüşmelerin çözümlenmesi olmuştur. İlk olarak 19 katılımcıya ait ses kayıtları bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. Elde edilen yazılı metinler (ham veri) toplam 72 sayfadan oluşmaktadır. Her bir katılımcıya ait görüşmeler, görüşme sırasına göre numaralandırılmış ve bu numaralandırmalar içerik analizi için görüşmeleri tanımlama etiketi olarak kullanılmıştır. Tüm görüşme verileri tek bir dosyada toplanarak analize hazır hale getirilmiştir. 1 katılımcının cevapları Word dosyasında yazması sonucu bu görüşmenin bilgisayar ortamında yazılı dökümünün alınmasına ihtiyaç kalmamıştır. Yazılı dökümler yapılırken görüşme sırasında söylenen her şey söylendiği biçimiyle; fakat sorulara sırasıyla cevap verilmediği durumlarda cevap sorunun sorulduğu sıraya aktarılmıştır. Böylece analiz yapılırken cevapları bulmak kolaylaşmıştır.

Görüşmeler sonucu elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerine ilişkin veri analizinin temeli, elde edilen yazılı veya sözel metin veya betimlemelerin içerik açısından analizinin yapılmasına dayanmaktadır[294].

[294] M. Kozak, s. 138.

İçerik analizi, toplanan verileri açıklayabilecek kavram ve ilişkilere ulaşabilmek amacıyla gerçekleştirilen analiz çeşididir. İçerik analizi, birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar (kategoriler) çerçevesinde bir araya getirilmesi ve bunların anlaşılır bir şekilde düzenlenip yorumlanmasını ifade etmektedir. İçerik analizinde kodlama yardımıyla verilerin altında yatan kavramlar ve bu kavramlar arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu sürece tümevarım analizi de denilmektedir[295].

Görüşmeler sonunda elde edilen verilere içerik analizi yapılmış, temalar belirlenmiş ve bu temalar altında kodlar oluşturulmuştur. Kodlama, veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere (bir sözcük, cümle veya paragraf gibi) isim verilmesi sürecidir. Kodlama süreci, elde edilen verileri bölümlere ayırmayı, incelemeyi, karşılaştırmayı, kavramlaştırmayı ve ilişkilendirmeyi ifade etmektedir[296].

Veriler kodlandıktan sonra bir kod listesi oluşturulmuş ve bu kod listesinden verilerin incelenmesinde, düzenlemesinde ve değerlendirilmesinde yararlanılmıştır. Tema ve Kod listesi EK 5'te verilmiştir.

Son aşama olarak elde edilen veriler nicelleştirilebilir. Nitel verilerin sayısallaştırılması, görüşme, gözlem ya da dokümanların incelenmesi yoluyla elde edilen yazılı biçimdeki verilerin sayılara ya da rakamlara dökülmesi işlemidir. Nitel verilerin sayısallaştırılmasındaki amaçlardan biri, güvenirliği arttırması, bir diğeri yanlılığı azaltmak ve sonuncusu ise, verinin analizi sonucunda ortaya çıkan tema ve kategoriler arasında karşılaştırma yapılabilmesini sağlamaktır[297]. Nitel veriyi sayısallaştırma kodların tekrarlanma ve yüzde dağılım hesapları ile yapılabilir.

3.1.7. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Araştırma sonuçlarının inandırıcılığı bilimsel araştırmaların en önemli ölçütlerinden biridir. "Geçerlik ve Güvenirlik" araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan ölçütlerdir. Nitel araştırmada geçerlik, araştırmacının araştırdığı konuyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince tarafsız gözlemesidir. Araştırılan olgu ve olay

[295] Yavuz Akbulut, "Verilerin Analizi", **Bilimsel Araştırma Yöntemleri,** Editör: Adile Aşkım Kurt, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 155.
[296] Yıldırım ve Şimşek, s. 227.
[297] Yıldırım ve Şimşek, s. 242.

hakkında bütüncül bir resim oluşturabilmesi için araştırmacının elde ettiği verileri ve ulaştığı sonuçları teyit etmesine yardımcı olacak ek yöntemler (çeşitleme, katılımcı onayı, meslektaş onayı, vb.) kullanması gerekir.[298].

Nitel araştırmaların güvenirliğinin sağlanmasındaki temel ölçütler araştırmanın kiminle yapıldığı, kaç kişiyle, kaç soru ile ne zaman ve nerede gerçekleştirildiğidir[299].

Mevcut çalışmada görüşmeler 12 - 21 Mayıs 2015 tarihleri arasında katılımcıların ofislerinde gerçekleştirilmiştir. 19 katılımcı ile yapılan görüşmelerde her katılımcıya 9 soru sorulmuş ve görüşme süreleri 25 - 80 dakika arası değişiklik göstermiştir.

Araştırmanın veri analizinin ilk aşamasını ses kayıt cihazına kaydedilen görüşmelerin bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmesi oluşturmaktadır. Böylece 72 sayfalık ham veri seti sağlanmıştır. Bu yazılı veri dosyaları incelenerek benzer veriler gruplandırılmış ve kategoriler bir araya getirilerek ana temalar belirlenmiştir.

Mevcut çalışmanın geçerlik ve güvenirliği; araştırmacı tüm görüşmeleri bizzat kendi yaptığı, yansız olduğu ve başka akademisyenin onayını aldığı için bu araştırma geçerli; araştırmacının araştırma sürecindeki konumu, görüşme yapılan kişilerin belirli, oluşturulan kod ve temaların tanımlı oluşu ve veri toplama ve analiz yöntemi ile ilgili açıklamalar yapıldığı için de güvenilirdir.

3.2. DEĞERLENDİRME VE YORUMLAR

❖ Mevcut Turistik Ürünler ve Çekicilikler

Turistik ürün, tüketim isteği uyandıran doğal, sosyal ve kültürel verilerin bu isteği arttıracak hizmet ve faaliyetlerle birlikte değerlendirilmesiyle oluşan karma bir

[298] Yıldırım ve Şimşek, s. 255.
[299] M. Kozak, s. 137.

ürün iken[300]; çekicilik; turistin gitmek istediği bir yeri diğer bir yere tercih etmesini sağlayan unsurdur[301].

Görüşmeler sırasında katılımcılara ilk olarak Edirne'deki mevcut turistik ürünlerin ve çekiciliklerin neler olduğu sorulmuştur. Katılımcıların %89'u birden fazla turistik ürün saymış, %11'i ise sadece bir tane turistik ürün söylemiştir. Katılımcılar ortak turistik ürünlere değinmekle birlikte bilgi ve algıları doğrultusunda farklı cevaplar da vermişlerdir.

Tablo 5: Mevcut Turistik Ürünler

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	*
Tarihi Eserler	x	x	x			x	x	x		x	x	x		x			x	x	x	13
Yiyecek – İçecek	x	x		x	x			x	x	x	x				x	x	x	x	x	13
Selimiye Camii ve Külliyesi	x	x		x		x	x				x		x	x		x				9
Geleneksel El Sanatları	x	x	x	x	x					x							x			7
Kırkpınar Yağlı Güreşleri		x		x		x				x				x		x				6
İnanç Turizmi				x			x		x		x		x			x				6
II. Bayezid Külliyesi ve Sağlık Müzesi		x		x			x			x			x			x				6
Taş Köprüler						x				x								x		3
Nehirler	x		x																	2
Hıdrellez - Kakava Şenlikleri				x						x										2
Festivaller			x											x						2

*Kodların katılımcılar tarafından tekrarlanma sayısı

[300] Usta, s. 167.
[301] Uygur, s. 239.

Katılımcılar mevcut turistik ürünleri değerlendirirken Edirne'nin tarihi geçmişinin önemini vurgulamışlar ve Edirne turizminin kaynağını tarihi ve kültürel varlıkların oluşturduğunu belirtmişlerdir. Edirne'nin Traklardan başlayarak Makedonya, Roma, Bizans ve Osmanlı uygarlıklarına ev sahipliği yaptığını belirtmişlerdir. Osmanlı İmparatorluğu'na 92 yıl başkentlik yapması dolayısıyla kentte çok sayıda Osmanlı yapısı olduğu ifade edilmiştir. Bu yapılardan birinin Selimiye Camii ve Külliyesi olduğunu söyleyerek hem dini hem de mimari açıdan (Osmanlı Klasik Dönem Mimarisi) önemini vurgulamışlardır.

Edirne turizminin değerlendirmesini yaparken 1. katılımcı, turistik ürün olarak özellikle tarihi eserler üzerinde yoğunlaşmış ve bunu şu şekilde ifade etmiştir.

"Trak, Makedon, Roma ve Osmanlı egemenliğine giren Edirne, Osmanlı İmparatorluğu için her daim idari bir merkez, Balkan coğrafyasını içine alan geniş bir bölgede ise askeri, sanayi, ticari, kültür ve sanat merkezi olarak hakimiyet noktası olmuştur. Şehrin jeostratejik yapısı, tarihi ve kültürel kimliği Osmanlı mimarisinin erken ve klasik dönem şaheserlerinin burada inşa edilmesinde belirleyici bir rol oynamıştır. Bugün Edirne'de kültür ve turizmin hizmetine sunulabilecek 1300'e yakın tescilli taşınmaz kültür varlığı mevcuttur. Bunların 424 adedi anıtsal yapı, 62 adedi resmi yapı, 501 adedi sivil mimarlık örneği konut, diğerleri arkeolojik ve kentsel sitlerdir".

1. katılımcının önemini vurguladığı ve diğer katılımcıların da bu görüşü desteklediği tarihi eserler Edirne'deki turistik ürünlerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Tablo 5'te yer alan tarihi eserler kategorisinde katılımcıların özellikle üzerinde durduğu eserler; Balkan Savaşları Anıtı, Şükrü Paşa Anıtı, Hıdırlık Tabya başta olmak üzere diğer yirmi dört tabya, Edirne Sarayı kalıntıları, Tarihi Tren Garı ve Edirne konaklarıdır.

Bir katılımcı ise, turistik ürünü sadece satışa sunulan ticari turistik ürün olarak algılamış ve Selimiye Camii'nin turistik ürün olamayacağını, Selimiye Camii'nin bir şaheser olduğunu, onun bir ürün olarak sunulamayacağını belirtmiştir.

Katılımcılar, günümüzde artık ülkelerin değil kentlerin yarıştığını söyleyerek turist profillerinin değişmeye başladığını vurgulamışlardır. Dünyada birçok kültür turistinin UNESCO eserlerini görmek amacıyla eserlerin bulunduğu kentlere gittiklerini söyleyerek Edirne'nin bu açıdan turist çektiğini ifade etmişlerdir. 2010 yılında Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne girmesi ve 2011 yılında Selimiye Camii ve Külliyesi'nin UNESCO Dünya Miras Listesi'ne girmesi ile Edirne'nin bilinirliğinin arttığını, konaklamalı turist sayısında artış olduğunu ve özellikle Kanada ve Japonya'dan turistlerin UNESCO eserlerini görmeye geldiklerini belirtmişlerdir.

Görüşmeler sonucunda mevcut turistik ürün çeşitleriyle ilgili ön plana çıkan ürün kategorilerinden birini de yeme – içme faaliyetlerini içeren gastronomi oluşturmaktadır. Yemek yemek insanlar için sadece yaşamsal fonksiyonlarını devam ettirmek amacıyla gerekli bir ihtiyaç olarak görülmemekte gidilen yerin/ulusun kültürünü öğrenmenin bir yolu olarak görülmektedir. Yiyecek - içecek, kültürün bir parçasını oluşturduğu için turistler farklı kültürleri tanımak ve farklı kültürlere ait yemekleri tatmak amacıyla uzak mesafeleri göze almakta ve gastronomi turları düzenlemektedir.

Tablo 5'te belirtilen yiyecek - içecek kategorisinde; Edirne tava ciğeri, Edirne köftesi, elbasan tava, mamzana, karnıyarık, beyaz peynir, badem ezmesi, Kavala kurabiyesi ve deva -i misk helvası yer almaktadır. Bu kategoride yer alan yiyecekler Türk ve Osmanlı mutfağının izlerini taşımakla birlikte aynı zamanda Rum ve Yahudi mutfağından da izler içermektedir. Edirne kültürünün ve mirasının bir parçasını oluşturan Edirne yemeklerini tatmak amacıyla birçok turist Edirne'yi ziyaret etmekte ve özellikle Edirne Saray Mutfağının özel lezzetlerinin tadına bakmak için gastronomi turlarına katılarak Edirne'ye gelmektedir. Ayrıca her yıl Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivalinde geleneksel Edirne mutfağı yemek yarışması yapılmakta ve yemek kültürünün gelecek nesillere taşınması amaçlanmaktadır.

Katılımcılar, Osmanlı İmparatorluğu'nun Edirne'ye miras olarak sadece tarihi eser ve mutfak kültürü bırakmadığını bunların yanında birçok inanca da ev sahipliği yapmış olması nedeniyle ilde birçok farklı inanç merkezi de bıraktığını ifade etmişlerdir.

İnanç, insanlar için geçmişten günümüze değin önemli bir yere sahip olmuştur. İnsanlar mensup oldukları dine ait ibadethaneleri ziyaret etmek istemekte, aynı zamanda hac ibadetlerini yerine getirmeyi bir görev olarak görmektedirler. Bunun için hem kendileri için önemli olan hem de farklı kültürlerin ibadethanelerini ziyaret etmekte ve hac görevlerini yerine getirmektedirler.

Edirne, geçmişten itibaren bünyesinde farklı ulus ve kültürleri barındırdığı için zengin bir inanç merkezi olarak görülmektedir. Müslümanlar için önemli bir ibadethane olan ve Mimar Sinan'ın ustalık eserim dediği Selimiye Camii başta olmak üzere, Erken Osmanlı Mimarisi olan Eski Cami, Üç Şerefeli Cami, Dar- ül Hadis Camii, Muradiye Camii ve mevcut diğer camiler; Ortodoks Hıristiyanlar için önemli olan Sveti Konstantin Eleni Kilisesi ve Sveti Georgi Bulgar Kiliseleri; Avrupa'nın 3. büyük sinagogu olan Edirne Büyük Sinagog'u ve Bahailerin hac merkezi kabul edilen Bahai Evi Edirne'nin inanç sistemini oluşturmakta ve farklı dinlere ev sahipliği yapmanın hoşgörüsüyle ziyaretçilerini kabul etmektedir.

Edirne kültürü ve mirasını tanımak için geleneksel el sanatlarının da bilinmesi gerektiğini ifade eden katılımcılar, bu kategoride; ahşap üzerine oyma şeklinde yapılan ve birçok objeye uygulanabilen ve Topkapı Sarayı kapılarının örnek oluşturduğu Edirnekari (Edirne işi) sanatını, İstanbul ile ortak ürün olarak UNESCO Somut Olmayan Kültür Mirası Listesinde yer alan ebru sanatı, çini, aynalı süpürge, mis sabunu (meyve sabunu) ve ipek böceği kozacılığını saymışlardır. Bu sayılan ürünlerin turistler tarafından rağbet gören hediyelik eşyalar arasında olduğu, bu mirası gelecek nesillere bırakabilmek ve yerel halka istihdam yaratabilmek adına geleneksel el sanatları kurslarının açıldığı ve burada yapılan eserlerin sergilenip satışa sunulduğu belirtilmiştir.

Katılımcılara mevcut turistik ürünler ile birlikte turistlerin Edirne'yi diğer destinasyonlara tercih etmesini sağlayan çekiciliklerin neler olduğu sorulmuş ve verilen cevaplar turistik ürün ile paralellik göstermekle birlikte turistik ürün ile çekiciliklerin iç içe geçmiş aynı şeyler olduğu belirtilmiştir.

Katılımcılar tarafından turistik ürün ve çekicilikler sorularına verilen ortak cevaplar;

- Selimiye Camii ve Külliyesi
- Kırkpınar Yağlı Güreşleri
- Hıdrellez - Kakava Şenlikleri
- II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi
- İnanç turizmi
- Yiyecek - içecek
- Tarihi eserler
- Nehirler olarak belirtilmiştir.

Ortak cevaplar haricinde katılımcılar tarafından turistlerin Edirne'yi diğer destinasyonlara tercih etmesini sağlayan çekicilikler;

- Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmış olması
- Sınır kenti olması
- İstanbul'a yakın olması
- Ulaşımın kolay olması
- Edirne halkının (yerel halkın) turistleri iyi ağırlaması şeklinde belirtilmiştir.

Katılımcılar, Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmış olması ve turistik ürün cevaplarında olduğu gibi Edirne'nin turistik ürününü tarih, kültür ve inanç üzerine kurduğunu ve turisti bu yönlerden çektiğini belirtmişlerdir.

Yunanistan ve Bulgaristan ile sınır komşusu olması nedeniyle, bu ülkelerden birçok yabancı turistin özellikle inanç turizmi için geldiği belirtilmiştir. Yine bu ülkelerden hem yerli hem de yabancı turistlerin alışveriş turizmi için her hafta kente geldiği ifade edilmiştir.

Katılımcılar, Edirne'nin İstanbul'a yakın olmasının özellikle hafta sonu turist çektiğini, bu duruma ulaşımın kolay olması ve Edirne kentinin İstanbullular için kısa ve verimli bir hafta sonu tatili olduğunu belirtmişlerdir.

Yerel halkın gelen turiste güler yüzlü davrandığını, halkın turisti iyi ağırladığını ifade eden katılımcılar bu unsurların turistleri Edirne'ye çektiğini belirtmişlerdir.

Bazı katılımcılar ise yerel halkın ve esnafın turizm bilincine ulaşmadığını, turiste nasıl davranması gerektiğini bilmediklerini belirtmiş ve bu unsurların turistlerin gözünde olumsuz değerlendirmelere yol açacağını vurgulamışlardır. 18. katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmiştir.

"Şehrin tamamının turizm eğitimine ihtiyacı var. Çöpçüsünden esnafına kadar herkesin bu eğitimi alması gerekiyor; çünkü ne halk ne de esnaf turisti nasıl ağırlaması gerektiğini henüz bilmiyor".

Çekicilikler birçok yazar tarafından farklı kategorilere ayrılmıştır. Bunlar arasında yer çekiciliği, olay çekiciliği, kültürel çekicilikler ve insan yapımı çekicilikler yer almaktadır. Genellikle turistik bölge ya da yörede bu çekiciliklerin çoğu bir arada bulunur ve bunların çokluğu turistin bu yöreyi tercih etmesinde rakiplere karşı avantaj sağlar[302].

Katılımcıların cevapları incelendiğinde Edirne kentinin inanç ve kültür bakımından zengin kaynaklara sahip olması yer çekiciliğine örnek gösterilirken, Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nin ve Hıdrellez - Kakava şenliklerinin düzenlenmesi olay çekiciliğine örnek gösterilmektedir. Edirne'nin tarihi geçmişi, yemek kültürü, inanç zenginliği ve müzeleri kültürel çekiciliklere örnek teşkil ederken Selimiye Camii ve Külliyesi başta olmak üzere tüm tarihi ve mimari eserler insan yapımı çekicilikleri oluşturmaktadır.

- **Turistlerin Geliş Amacı ve Dönemi**

Katılımcılara, ikinci olarak turistlerin Edirne'ye hangi dönemde geldikleri ve geliş amaçları sorulmuştur.

Katılımcıların %100'ü turistlerin 12 ay boyunca geldiğini; ancak konaklama işletmelerinin yıl boyu doluluk oranlarına bakıldığında en yoğun dönemin nisan-eylül ayları arası olduğunu belirtmişlerdir. Edirne'nin karasal iklimi dolayısıyla kış aylarında soğuk, yaz aylarında sıcak olduğunu belirten katılımcılar kış ve yaz aylarında turist sayılarının çok az olduğunu ifade etmişlerdir. İlkbaharın gelişiyle nisan ayında turist gruplarının gelmeye başladığını ve temmuz - ağustos aylarından

[302] Sarkım, s. 144.

sonra yeniden eylül - ekim ayları boyunca turistlerin geldiğinin altını çizmişlerdir. Nisan - mayıs ayında genellikle mimari yapılar ile müzelerin ziyaret edildiğini, mayıs ayının 5 - 6'sında Hıdrellez - Kakava şenlikleri için birçok turist geldiğini ve tüm konaklama işletmelerinin tam kapasite ile çalıştığını söylemişlerdir. Bu yıl (2015) Hıdrellez - Kakava şenliklerine gelen turist sayısının 5000 olduğunu vurgulamışlar ve öncesinde 1 Mayıs'ın hafta sonu tatili ile birleşmesi nedeniyle konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının % 95 olduğunu belirtmişlerdir. Diğer en yoğun zamanın Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nin yapıldığı haziran ayının sonu ile temmuz ayının başı olduğunu belirten katılımcılar, ramazan ayının her yıl değişmesine bağlı olarak yerli turistlerin kalabalık gruplar halinde özellikle İstanbul Belediyeleri'nin organizasyonlarıyla Edirne'ye geldiklerini ifade etmişlerdir. Belediyelerin turlar düzenleyip turist getirmelerinin Edirne ekonomisine katkı sağlamadığını belirten katılımcılar bunun sebebini, turu düzenleyen belediyelerin getirdikleri turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılaması olduğunun altını çizmişlerdir.

- **Altyapı/ Üstyapı ve Rekabet Gücü**

Turizm, bir sektör olarak uygun potansiyele sahip ülkelerin ekonomilerine katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple, birçok ülke ekonomik büyüme ve kalkınmaları için gerekli döviz girdisini sağlamak, yeni istihdam olanakları yaratmak ve pazar payını arttırmak için uluslararası turizm piyasasında birbirleriyle rekabet içindedirler[303].

Katılımcılara, Edirne'nin turistik açıdan yeterli altyapı/üstyapıya sahip olup olmadığı ve kentin diğer turistik destinasyonlar karşısında turizmden aldığı payı arttırmak için yeterli rekabet gücüne sahip olup olmadığı sorulmuştur.

Katılımcıların %100'ü, kentte altyapı ve üstyapı eksikliği olduğunu ifade etmiştir. En önemli sorunların kanalizasyon ve otopark sorunu olduğunu vurgulayan katılımcılar, bu eksiklikleri geleneksel Edirne ve saray yemeklerinin sergilendiği yiyecek-içecek işletmelerinin yokluğu, konaklama tesisi sayısının yetersizliği, görüntü ve gürültü kirliliği, şehir içinde umumi tuvaletlerin azlığı, konaklama ve

[303] Bahar ve Kozak, s. 141.

yiyecek - içecek tesislerinin kalitesinin düşük olması ve sektörde çalışanların kalifiye eleman olmaması şeklinde sıralamışlardır.

Edirne'nin altyapı ve üstyapısını değerlendiren 2. katılımcı, kanalizasyon sorununa vurgu yaparak bu durumu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

"21. Yüzyılda Avrupa kenti kabul edilen Edirne'nin önemli altyapı ve üstyapı sorunları bulunmaktadır. Özellikle, Edirne'nin kanalizasyon sorunu halledilmedikçe turizm bu durumdan olumsuz etkilenmeye devam edecektir. Edirne'ye yağmur yağdığında dereler ve nehirler taşmakta, spor kompleksleri sular altında kalmakta ve bu durum yerel halk ve turistlerde hayal kırıklığına yol açmaktadır. Nehirlerin ıslah edilip turizme açılabilmesi için öncelikle kanalizasyon sisteminin yenilenmesi gerekmektedir. Bu sorun çözülmedikçe Edirne kenti diğer turistik destinasyonlarla rekabet edemez. Günümüzde artık ülkeler değil şehirler birbiriyle yarışmakta ve Edirne bu yarışı ön sıralarda tamamlamak istiyorsa öncelikli olarak altyapı ve üstyapı sorununu çözmelidir".

Katılımcılar 2. katılımcıyı destekleyen cevaplar vermişler ve kanalizasyon sorununun sadece nehirlerin taşması ve binaların sular altında kalmasıyla sınırlı olmadığını, yerel halkın ve turistlerin yağmur yağdığında yollarda yürümekte zorlandığını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra klima, tabela ve çanak antenlerin görüntü kirliliğine yol açtığını söyleyen katılımcılar, turistlerin bu durumdan rahatsız olduğunu ve bu görüntülerin tarihi dokuyla uyuşmadığını ve tarihi dokuya zarar verdiğini ifade etmişlerdir.

3. katılımcı ise Edirne'nin altyapı ve üstyapı sorununu farklı bir bakış açısıyla değerlendirmekte ve görüşlerini aşağıdaki gibi açıklamaktadır.

"Edirne'nin altyapısı elbette yeterli değil; fakat eskiden altyapı ile ilgili çalışmalar yapılmazken günümüzde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Ancak Edirne, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış tarihi bir kent olduğu için Edirne ile ilgili özellikle kanalizasyon çalışmaları yapmakta güçlük çekilmektedir. Çünkü kanalizasyon çalışması için kazılan her yerden tarihi eser çıkmakta ve Anıtlar ve Sitler Kurulu'ndan ceza almamak adına kazılan yerler kapatılmak zorunda kalmaktadır. Üstyapıya gelince, Edirne siyasi açıdan devlet desteği alamayan bir

şehirdir. En basit örnekle, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali için bile ödenek vermemekte, Edirne Belediyesi bu festivali kendi imkanlarıyla yapmaktadır. Ayrıca, Başbakanlık Tanıtma Fonu'ndan da ödenek verilmemektedir. Bu yüzden Edirne'de yatırımcı yok; çünkü yatırımcı teşvik ve yardımlardan yararlanmak istiyor, yararlanamayınca da yatırım yapmıyor. Bunun yanı sıra Edirne, jeopolitik konumu nedeniyle yakın zamana kadar savaşlardan etkilenen bir kent konumundadır ve Balkanlar'da yaşanan savaştan etkilenmiştir. Edirne halkının neredeyse tamamını göçmenler oluşturmaktadır ve göçmenler hala göç mantığı ile birikimlerini yastık altında saklamaktadırlar. Olası bir savaş sırasında malını kaybetmemek ya da terk etmek zorunda kalmasın diye yatırım yapmamaktadırlar. Bu sebeple Edirne'de turizm alanında yeterli yatırım yapılmamakta ve turizmden istenen gelir elde edilememektedir".

Katılımcılar, altyapı ve üstyapı eksikliğinin, Edirne'nin diğer turistik destinasyonlar karşısında rekabet gücünü olumsuz yönde etkilediğini ifade etmektedirler.

Tablo 6: Rekabet Gücü

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	*
Rekabet Potansiyeli Var		x	x	x	x	x		x	x	x	x		x		x	x			x	13
Rekabet Edebilir	x						x							x						3
Rekabet Edemez												x						x		2
Fikrim Yok																	x			1

*Kodların katılımcılar tarafından tekrarlanma sayısı

Katılımcıların %5'i Edirne'nin diğer turistik destinasyonlar ile rekabet edip edemeyeceğiyle ilgili hiçbir fikri olmadığını belirtirken, %11'i Edirne'nin diğer destinasyonlar ile rekabet edemeyeceğini ifade etmiş ve bunun sebebini Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan ödenek alınamaması sonucu tanıtımların yetersizliğine

bağlamıştır. Geriye kalan katılımcıların %16'sı Edirne'nin diğer turistik destinasyonlar ile çekicilikler açısından rekabet edebileceğini; ancak işletmelerin niteliği açısından rekabet edecek güçte olmadığını, işletmelerin niteliğinin arttırılarak turistlerin konaklama sayısının artmasıyla birlikte her açıdan rekabet gücüne sahip olacağını ifade ederken katılımcıların %68'i ise, Edirne'nin diğer destinasyonlarla rekabet edebilecek potansiyele sahip olduğunu, altyapı ve üstyapı olanaklarının iyileştirilmesiyle kentin rekabet edebilir düzeye geleceğini vurgulamışlardır.

- **Ulaşım (Ulaşılabilirlik)**

Büyük kentlere yakın olan çekici yerler turist akışını hızlandırırlar. Bu nedenle, turistik ürünlerin başarıyla pazarlanmasında ulaşılabilirliğin; uzaklık bakımından yakın, zaman bakımından kısa ve maliyetler bakımından ucuz olması gerekir[304].

Katılımcılara, turistlerin Edirne'ye ulaşması kolay mıdır? sorusu sorulmuş ve katılımcıların %89'u turistlerin Edirne'ye çok kolay ulaşabileceğini söylemiştir.

Edirne'nin karayolu ve demiryolu ağı üzerinde bulunduğunu belirten katılımcılar kentin, İstanbul'u Avrupa'ya bağlayan E - 80 otoban yolu ile D - 100 karayolu üzerinde olduğunu, ayrıca İstanbul'u Avrupa'ya bağlayan demiryolu ağının üzerinde bulunduğunu söylemişlerdir. İstanbul- Edirne yolunun otoban kullanılarak 1,5- 2 saat mesafede olduğunu ve dünyanın neresinden gelirse gelinsin uluslararası taşımacılık yapan İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan turistlerin karayolu ile kolaylıkla Edirne'ye ulaşabileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca şehirlerarası taşımacılık yapan Çorlu (Tekirdağ) hava alanından turistlerin Edirne'ye karayolu ile 1- 1,5 saatte ulaşabileceğini söyleyen katılımcılar bunun yanı sıra, Yunanistan ve Bulgaristan ile sınır komşusu olması nedeniyle özellikle hafta sonları alışveriş ve ibadet amacıyla çok sayıda günübirlik turist kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda şehir içi ulaşımın da çok kısa sürdüğünü ve kolay olduğunu ifade eden katılımcılar, sadece altyapı ve üstyapı eksikliğine bağlı olarak otopark sorunu olduğunu ve tur otobüslerinin şehir içine girerek trafiği zorlaştırdığını belirtmişlerdir.

[304] Kozak, s. 128.

Diğer %11 katılımcı ise, Edirne'de havaalanı eksikliğine vurgu yaparak özellikle Anadolu'dan ve yurtdışından turistlerin Edirne'yi tercih etmediğini; çünkü turistlerin İstanbul üzerinden mesafe kısa olsa bile aktarma yapmak istemediğini vurgulamışlardır. Ayrıca İstanbul - Edirne otobanı yapılmadan önce konaklamalı turist sayısının çok daha fazla olduğunu, otoban yapıldıktan sonra mesafenin kısalmasına bağlı olarak konaklamalı turist sayısının azalıp günübirlikçi turist sayısının arttığını ifade etmişlerdir. 6. katılımcı kentteki havaalanı eksikliğine şöyle vurgu yapmıştır.

"Edirne'de havaalanı olmaması Anadolu ve yurt dışındaki turistlerin kente gelmesini engelliyor. Çünkü İstanbul havalimanı veya Çorlu havaalanından aktarma yaparak kente gelmek turiste cazip gelmiyor".

Katılımcıların %100'ü Edirne'ye yapılması planlanan Edirne Havaalanı ile İstanbul'u Edirne'ye bağlayacak olan Yüksek Hızlı Tren projelerinin tamamlanmasıyla mesafenin daha da kısalacağını ve turist sayısında günübirlikçi de olsa artış beklediklerini ve bu durumu avantaja dönüştürebilmeyi amaçladıklarını söylemişlerdir.

- **İmaj**

Turizm bölgelerinin zamanla sahip oldukları imajları, tüketicilerin söz konusu bölge ve yöreleri tercih etmesinin sebepleri arasında yer almaktadır[305] ve imaj, ülkenin ya da bölgenin otel, yol gibi konaklama ve ulaşım durumu, hayat düzeyi ve rekreasyon imkanları hakkında, kısaca modern turistik donatım üzerine fikir verebilmelidir[306].

Edirne bir imaja sahip mi? sorusuna katılımcıların %95'i Edirne'nin olumlu bir imaja sahip olduğu; %5'i ise Edirne'nin ulusal ve uluslararası düzeyde herhangi bir imaja sahip olmadığı şeklinde cevap vermiştir.

Edirne'nin herhangi bir imaja sahip olmamasının nedenini Edirne'nin henüz marka kent olmamasına bağlayan katılımcı Edirne'nin turizmi 10 yıl önce keşfetmiş olduğunu ve turizm ile ilgili çalışmaların 7 - 8 yıldır sürdürüldüğünü belirtmiştir.

[305] Kozak, s. 130.
[306] Olalı ve diğerleri, s. 142.

Kentin olumlu bir imaja sahip olduğunu söyleyen 18 katılımcıdan 3'ü ise Edirne'nin imajının olumlu olduğunu ancak; bu imajı pekiştirmek ve marka kent olabilmek için turistik ürün çeşitlendirmesine gidilmesi, yerel halk ve hizmet sektöründe turizm bilincinin oluşturulması gerektiğinin altını çizmişlerdir.

Geriye kalan 15 katılımcı ise, gerek Trakya Üniversitesi tarafından yapılan anket sonuçlarından gerekse işletmelere gelen bireysel geri bildirimlerden Edirne'nin olumlu bir imaja sahip olduğunu belirtmektedir. Edirne'nin tarihi bir kent olması, özellikle Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmış olması dolayısıyla *"Bursa'nın oğlu, İstanbul'un babası"* sayıldığını vurgulayan katılımcılar, Edirne'nin çok önemli tarihi ve kültürel eserlere sahip olduğunu, Edirne'nin Selimiye Camii ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri ile özdeşleştiğini ve bunların UNESCO Miras Listesi'ne girmesiyle bu olumlu imajın pekiştiğini ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra turistlerin Edirne'yi yeşil, temiz, bakımlı ve turistin yerel halk ve esnaf tarafından iyi ağırlanıldığını, ayrıca asayiş olaylarının olmaması nedeniyle rahatlıkla gezilecek yerler arasında gördüklerini belirtmişlerdir.

- **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi**

Turistik ürün çeşitlendirmesi, doğrudan çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek yeni pazarlara girmek suretiyle büyümeyi ifade etmektedir. Kongre, sağlık, kültür, yat, yayla ve inanç gibi ürünler doğrudan çekim gücü yaratan ürünlerdir[307].

Katılımcılara Edirne'deki turistik ürün çeşitlendirmesinin yeterli olup olmadığı ve yeterli değilse hangi yeni ürünlerle pazara girilmesi gerektiği sorulmuştur.

Katılımcıların %11'i Edirne'de turistik ürün çeşitlendirmesinin yeterli olduğunu söylemiş, katılımcılardan biri ek olarak sağlık turizminin geliştirilmesi gerektiğini eklemiştir.

[307] Ege, s. 361.

Tablo 7: Turistik Ürün Çeşitlendirmesi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	*
Nehirler Turizme Açılmalı ve Su Sporları		x		x				x				x					x	x		6
Nehir Çevresine Lokanta Açılmalı	x	x						x							x		x	x		6
Tarihi-Kültürel Alanlar Açılmalı				x							x		x	x					x	5
Sağlık Turizmi		x	x	x						x										4
Edirne/Saray Mutfağı									x							x				2
Alışveriş Turizmi				x		x														2
Eğitim Turizmi			x	x																2
Kongre Turizmi			x				x													2
Helva Sohbetleri									x											1
Osmanlı Düğünü									x											1
Roman Kültürü									x											1
Trak ve Balkan Savaşı Müzesi		x																		1

*Kodların katılımcılar tarafından tekrarlanma sayısı

Katılımcıların %89'u ise turistik ürün çeşitlendirmesinin yeterli olmadığını ifade etmiştir. Her fırsatta Edirne'nin tarihi bir kent olduğunu vurgulayan katılımcılar Edirne'de Trak medeniyetine ait bir müze olmadığını, böyle bir müzeye ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Balkan Savaşları'nı yaşayan bir kent olarak Balkan Savaşları Müzesinin olmamasının eksiklik olduğunu dile getirmişlerdir. Buna bağlı olarak özellikle Eski Osmanlı Sarayı başta olmak üzere diğer tarihi ve kültürel alanların restore edilerek turizme açılması gerektiğinin önemini vurgulamışlardır.

Osmanlı İmparatorluğu'na ev sahipliği yaptığı ve birçok ulusu (Türk, Rum, Yahudi, Ermeni) bünyesinde barındırdığından geleneksel Edirne/Saray yemeklerinin turiste sunulduğu lokantaların açılması gerektiğinin altını çizen katılımcılar, geleneksel Edirne/Saray yemeklerinin gelecek kuşaklara aktarılabilmesi amacıyla yemek yarışmaları düzenlendiğini ifade etmektedirler.

Edirne, üç nehrin (Meriç, Tunca, Arda) birleştiği bir kent olmasına rağmen nehirlerden yeterince yararlanılamadığını belirten katılımcılar, yağmur yağdığında altyapı eksikliği yüzünden nehir taşkınlarının yaşanması gibi olumsuzlukların giderilerek nehirlerin ıslah edilmesi gerektiğini, nehirlerin turizme açılarak su sporları ve tekne turları gibi aktivitelerin yapılması gerektiğini söylemişlerdir.

Edirne'nin bir Osmanlı kenti olduğunun önemini belirten katılımcılar, Cumhuriyet öncesi, belirli geceler belirli kişilerin evlerinde toplanarak ve ev sahibinin misafirlerine helva ikram etmesi dolayısıyla helva sohbetleri adını alan sohbet gecelerinin yeniden canlandırılarak turiste sunulması gerektiğini, bunun yanında Osmanlı Düğünü gecelerinin canlandırılarak bu ürünlerin turistik hale getirilmesi gerektiğini belirtmektedirler.

Edirne nüfusunun 1/3'nü Romanların oluşturduğunu söyleyen katılımcılar, Romanları kent kültüründen koparmadan geleneksel Roman kültürünün canlandırıldığı gecelerin turistik ürün haline gelmesi gerektiğini ifade etmektedirler.

Katılımcılar, Edirne'nin Yunanistan ve Bulgaristan ile sınır komşusu olmasının turistik açıdan avantajlı olduğunu söyleyerek, özellikle hafta sonları ibadet ve alışveriş amaçlı birçok turisti günübirlik ağırladıklarını belirtmektedirler. Alışveriş turizminin daha cazip hale getirilip geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar.

Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi hastanesinin yatak kapasitesinin 1000 olduğunu ifade eden katılımcılar, yatak kapasitesinin ve hastanenin niteliğinin arttırılması gerektiğini söylemişlerdir. Trakya Üniversitesi hastanesi ile diğer özel hastanelere komşu illerden yoğun talep olduğunu belirten katılımcılar, ayrıca komşu ülkeler olan Yunanistan ve Bulgaristan'dan da hasta kabul ettiklerini belirtmişleridir. Özellikle göz cerrahisinin Edirne'den sonra en yakın yerin Sofya (Bulgaristan) olduğunu, Edirne'nin ulaşım açısından mesafenin kısa ve masrafların ucuz olması

nedeniyle Sofya'dan daha çok rağbet gördüğünü söyleyerek sağlık turizminin geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Edirne'deki turistik ürün çeşitlendirmesini değerlendiren 4. katılımcı eğitim turizmi üzerine vurgu yapmış ve bunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

"Edirne, bir eğitim kentidir ve Balkan ülkelerinden gelen öğrencilere eğitim hizmeti vermektedir. Kentte bir adet devlet üniversitesi olan Trakya Üniversitesi bulunmaktadır; fakat bu üniversite tek başına yeterli olmamaktadır. Çünkü 2014 yılı itibariyle Balkan ülkelerinden gelen öğrenci sayısı 2000 - 3000 civarındadır ve üniversite bünyesine sınırlı sayıda öğrenci kabul etmektedir. Öğrenci sayısını arttırmak ve tüm Balkan ülkelerinden öğrenci kabul etmek amacıyla vakıf üniversiteleri kurulmalıdır".

- **Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği**

Bölgesel kalkınmada önemli bir yere sahip olan turizm; sosyal, kültürel, çevresel ve doğal kaynaklarla yakın ilişkiler içinde olduğu için kalkınma ve çevrenin uyumlu bir birlikteliğini ortaya koymaktadır[308]. Buna bağlı olarak turizm faaliyetlerinin çevrenin sürdürülebilir gelişmesine olumsuz etki etmemesi için birtakım ölçütlerin belirlenip uygulanması gerekir[309]. Çünkü dünyada kültür ve doğaya yönelen turist sayısı her geçen gün artış göstermektedir[310].

Sürdürülebilir turizm, turizmin ve turizmin geliştiği bölgelerin doğal, sosyal ve kültürel yaşamının sürdürülebilir olmasını ifade etmektedir[311].

Katılımcılara Edirne'de özellikle kültürel mirasın ve diğer turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği için çalışma yapılıp yapılmadığı ve eğer yapılıyorsa bu çalışmaların neler olduğu sorulmuştur. Katılımcılar soruyu bilgileri, algıları ve çalışma alanları doğrultusunda cevaplamıştır.

Katılımcıların % 26'sı Edirne'de sürdürülebilir bir turizm anlayışının olmamasına bağlı olarak kültürel mirasın da sürdürülebilir olmadığını vurgularken,

[308] Beyhan ve Ünüvar, s. 80.
[309] Demir ve Çevirgen, s. 93.
[310] Yüksek, s. 28.
[311] Yüksek, s. 33.

%74 oranında katılımcı ise kentte kültürel mirasın sürdürülebilirliği için çalışmalar yapıldığını ifade etmiştir.

Katılımcılardan 1'i Edirne'de sürdürülebilir bir yönetim anlayışının olmadığını, buna bağlı olarak da sürdürülebilir turizm anlayışının olmadığını vurgulayarak kamu ve yerel yönetim yöneticilerinin görev süreleri dolduğunda yerlerine gelen yeni yöneticilerle görüş farklılıkları olması yüzünden projelerin sürekliliğinin olmadığını belirtmiştir.

Diğer bir katılımcı da bu görüşü destekleyecek şekilde birkaç tarihi bina dışında restorasyon çalışması olmadığını, her yıl nehirlerin taşması sonucu altyapı eksikliğinin gündeme gelmesi, önlem alınmaması sonucu turizmin bu durumdan olumsuz bir şekilde etkilendiğini ifade etmiş ve buna ek olarak Edirne'nin yönetim tarafından sadece mayıs ayı (Hıdrellez-Kakava Şenlikleri) ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivalinin düzenlendiği tarihlerde hatırlandığını belirtmiştir.

Sektör temsilcisi olan bir katılımcı, kültürel mirasın sürdürülebilirliği ile ilgili olarak bildiği bir çalışmanın olmadığını söylemiştir.

2 katılımcı ise tarihi değere sahip olan ve sivil mimari örneği olan konakların şahıslara ait olduğunu, şahıs olarak bir konağı restore edebilmenin yüksek maliyetli olduğunu, Anıtlar ve Sitler Kurulu'ndan uzun süre (3-4 yıl) onay çıkmadığı için beklenmek zorunda kalındığını, bu yüzden bazı konakların yıkılmaya terk edildiğini ifade etmişlerdir.

Diğer 14 katılımcı Edirne'deki kültürel kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması için Valilik, Belediye ve Kültür Müdürlüğü'nün çalışmalarını Anıtlar ve Sitler Kurulu ile birlikte yürüttüğünü söyleyerek tarihi binaların envanterinin çıkarıldığını, onarım, restorasyon ve restitüsyon çalışmalarının yürütüldüğünü belirtmişlerdir. Tarihi elektrik fabrikasının, Makedon Kulesi'nin, Avrupa'nın 3. Büyük sinagogu olan ve Kaleiçi mevkiinde yer alan ve yıkık durumda olan Edirne Büyük Sinagogunun, Hıdırlık Tabyanın ve tarihi birçok çeşmenin restore edilerek farkındalık yaratıldığı ifade edilmiştir. Arkeoloji Müzesi ile II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi'nin de teşhirinin yenilendiğini, Selimiye Camii çevresinin düzenlenmesi amacıyla arkeolojik çalışmaların yürütüldüğünü, Kırkpınar Yağlı

Güreşleri'nin de yapıldığı yer olan Sarayiçi alanının ören yeri statüsüne kavuşması amacıyla çalışmalar yürütüldüğünü söylemişlerdir. Tarihi taş köprülerin ışıklandırılması için çalışmalar yapıldığını ve bir köprünün ışıklandırıldığını, Ermeni, Rum ve Yahudilerden kalan tarihi konakların restore edilerek butik otel ya da lokanta olarak hizmete açıldığını belirtilmiştir.

Edirne'yi Edirne yapan değerler olan Selimiye Camii ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nin UNESCO Miras Listesi'ne girmesi ve Edirne'yi dünyaya tanıtmak için çalışmalar yapıldığını ve çalışmaların sonuç vererek 2010 yılında Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne, 2011 yılında ise Selimiye Camii ve Külliyesi'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girdiğini belirten katılımcılar, Hıdrellez - Kakava Şenlikleri için de UNESCO'ya müracaat edildiğini ifade etmişlerdir.

Geleneksel Edirne/Saray yemekleri yapan işletme olmaması nedeniyle yemek kültürünün unutulmaması ve bu kültürü gelecek nesillere ulaştırmak amacıyla 23 yıldır Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali'nde Edirne/Saray yemekleri yarışması düzenlendiğini belirten katılımcılar, aynı şekilde Edirne'ye özgü geleneksel el sanatlarından olan Edirnekari, mis sabunu, ipek böceği kozacılığı, ebru sanatı ve hat sanatı gibi değerleri geleceğe taşıyabilmek adına kurslar açıldığını ve bu kurslarda yapılan eserlerin satışının yapılarak yerel halka istihdam ve gelir elde etme imkanı sunulduğunu vurgulamışlarıdır.

Katılımcılar, Edirne Kent Tarihi araştırmalarıyla geçmiş - günümüz karşılaştırması yapıldığını belirtirken esnafa, yerel halka ve öğrencilere kültürel mirasın önemini anlatmak; kültürel değerleri korumak ve geleceğe aktarabilmek ve özellikle kültür turizminden pay alabilmesi için turizm bilinci oluşturacak seminer ve konferanslar düzenlendiğini belirtmişlerdir.

- **Paydaşlar Arası İşbirliği**

Doğal, çevresel ve sosyo-kültürel kaynakların korunmasına ve kayıpların minimuma indirilmesinde turizm alanındaki faaliyetlerin ve getirilerinin gelecekte de

arttırılarak devamını mümkün kılacak tek yol sürdürülebilir turizmdir[312]. Turizmin sürdürülebilme sürecinde rol alanlar yani aktörler şunlardır; yerel yönetim, merkezi yönetim, koruma grupları (UNESCO ve Anıtlar Sitler Uluslararası Komisyonu), turistler (yerli ve yabancı), yerel halk, tur operatörleri, işletmeciler ve yatırımcılardır[313].

Sürdürülebilir turizmin başarısı için kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları (STK) ve yerel toplumun katılımının sağlanması gerekir[314].

Katılımcılara Edirne'de turizm alanında paydaşlar (kamu sektörü, özel sektör, STK'lar, yerel yönetim, üniversite ve yerel halk) arasında işbirliği yapılıp yapılmadığı ve bu işbirliğine örnek teşkil edecek çalışmaların neler olduğu sorulmuştur.

Katılımcıların %5'i bu konuda fikri olmadığını söyleyerek görüş belirtmezken, % 42'si paydaşlar arasında işbirliği olmadığını; % 53'ü ise paydaşlar arası işbirliği yapıldığını belirtmiştir.

Sektör temsilcisi olan 6 katılımcı ve 1 STK temsilcisi, yerel yönetimin sektörle yıllık toplantılar yaptığını; ancak toplantılardan bir sonuç çıkmadığını, başlatılan projelerin tamamlanmadığını ve paydaşlar arasında işbirliği yapılmadığını ifade etmiştir.

Hem sektör hem de STK temsilcisi olan 1 katılımcı ise, valiliğin, belediyenin ve Edirne Ticaret ve Sanayi Odasının Edirne turizmi için mihenk taşı olduğunu vurgulamış; sivil toplum kuruluşlarının ve sektörün kendi arasında bir birliktelik sağlayamadığını ve halka katma değer yaratamadığını, dolayısıyla işbirliği yapamadıklarını belirterek özeleştiride bulunmuştur.

Diğer 10 katılımcı, geçmişte paydaşlar arası işbirliği olmadığını; fakat son birkaç yıldır kurumlar arası iletişimin arttığını, valilik, belediye ve Edirne Ticaret ve Sanayi Odası başta olmak üzere İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Esnaf ve Sanatkarlar Odası ve üniversitenin birlikte çalışmalar yürüttüğünü vurgulayarak

[312] Olalı ve Timur, s. 365.
[313] Yüksek, s. 35.
[314] Demir ve Çevirgen, s. 111 - 112.

yurtiçi ve yurtdışı fuarlara birlikte hazırlanarak gidildiğini; esnafa, öğrencilere ve yerel halka eğitim seminerleri ve konferanslar düzenlendiğini belirtmişlerdir.

Seminer, konferans ve fuar çalışmaları dışında işbirliği oluşturularak yapılan faaliyetlerin başında Selimiye Camii ve Külliyesi'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmesi için yapılan çalışma olduğunu ifade eden katılımcılar, Edirne'nin SWOT analizinin yapıldığını ve bu doğrultuda Edirne ticaret ve turizm hayatının şekillendirileceği Edirne Master Planı'nı işbirliği içerisinde hazırladıklarını söylemişlerdir.

Bu 10 katılımcı içerisinden 2 katılımcı ise üniversitelerin çalışmalara çok fazla dahil olmadığını, Edirne'de turizm ve otelcilik bölümünün önlisans ve lisans düzeyinde eğitim verdiğini; ama kentin turizm öğrencilerinden yararlanamadığını vurgulamışlarıdır. Kentte kalifiye eleman eksikliği olduğunu ve yabancı dil bilen personel eksikliği yaşandığını ifade etmişlerdir. Ayrıca paydaşlar arası işbirliği olmasının bir anlamı olmadığını belirten katılımcılar, bunun sebebini projelerin hiçbir zaman tamamlanmayıp yarım bırakılmasına bağlamaktadırlar. Marka şehir projesinin başlatıldığını; ancak sürdürülemediğini örnek göstermişlerdir. Sürdürülemeyen projeler ile ne Edirne turizmine ne de yerel halka katma değer sağlanmadığının altını çizmişlerdir.

- **Kültür Turizminin Geliştirilmesi**

Miras turizmi olarak da adlandırılan kültür turizmi, ziyaretçilerin gittikleri yerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatmasıdır[315]. Kültür turizmi, toplumlar için yeni bir olanak olarak görülmektedir ve kültür turizminin gelir sağlayıcı etkisi bulunmaktadır. Bu etkinin yanı sıra kültürel değerlerin korunması açısından da önemli bir turizm şeklidir. Kültür turizmi bölgesel açıdan turistik konaklama işletmelerinin doluluk oranını arttırır, yeni istihdam alanlarının oluşmasına katkı sağlar[316] ve planlı bir şekilde yürütüldüğünde bölge alt ve üst yapısını iyileştirerek bölgede yaşayan halkın yaşam kalitesini yükseltir[317].

[315] Öztürk ve Yazıcıoğlu, s. 188.
[316] Öztürk ve Yazıcıoğlu, s. 188.
[317] Çiçek, s. 104.

Son olarak katılımcılara, Edirne'de kültür turizmini geliştirmek ve kente daha fazla turist çekmek için neler yapılmalıdır? sorusu sorulmuştur.

Tablo 8: Kültür Turizminin Geliştirilmesi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	*
Altyapı ve Üstyapı	x			x						x		x			x		x			6
Kent Belleği Müzesi			x		x		x			x		x		x						6
Edirne Sarayı Ören Yeri Projesi		x	x				x													3
Tarihi Konakların Restorasyonu		x		x							x									3
Otellerin Kapasite ve Kalitelerinin Yükseltilmesi						x				x		x								3
Nehirlerin Islahı ve Taş Köprülerin Işıklandırılması		x		x					x											3
Turistik Ürün Çeşitlendirmesi									x								x			2
Kırkpınar Yağlı Güreşlerine Uluslararası Nitelik Kazandırılması						x						x								2
Esnafta Turizm Bilinci Oluşturmak							x													1

*Kodların katılımcılar tarafında tekrarlanma sayısı

Katılımcıların %26'sı kültür turizminin geliştirilmesiyle ilgili görüş belirtmezken, % 26'sı kültür turizminin geliştirilmesi için bir öneride bulunmuş, % 48'si ise birden fazla öneride bulunmuştur.

Edirne'nin kültür turizminde mevcut imajının daha iyi kavratılması ve yönetilmesi için yerelde ve genelde daha kapsamlı bir planlama yapılması gerektiğini söyleyen katılımcılar, bölgesel ortaklar ve potansiyel rakiplerin tam ve doğru tespit edilerek komşu illerle birlikte bir vizyon belirlemesi gerektiğini ve bu vizyon doğrultusunda hedef pazarların belirlenerek alıcılar için belirli bir kalite güvencesi oluşturulması gerektiğini vurgulamışlardır.

Edirne'nin imajını zedelememek ve kültür turizmini geliştirmek, turizmi 12 aya yayabilmek ve daha fazla konaklamalı turist çekebilmek için öncelikle alt ve üst yapı eksikliklerinin giderilmesi gerektiğini ifade eden katılımcılar, turizm alanında görev alan tüm paydaşların işbirliği içerisinde çalışarak ortak hareket etmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Tüm paydaşların yanı sıra otel ve acentelerin kendi aralarında organize olarak gezi güzergahları, paket program/turları hazırlayarak turizmi, 12 aya yaymak ve daha fazla konaklamalı turist çekebilmek için çalışmalar yapması gerekliliğinin önemi vurgulanmıştır.

Edirne'de çok sayıda tarihi konak olduğunu belirten katılımcılar, bu konakların restore edilerek müze, otel ve lokantaya dönüştürülerek istihdam yaratılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Kentte tematik alan ve müze düzenlemesine ihtiyaç duyulduğunun altını çizen katılımcılar, farklı bölümlerden (Kırkpınar, göç, hamam, gastronomi, vb.) oluşacak bir kent belleği müzesi projesinin vakit kaybetmeden hayata geçirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine giren ve Edirne'yi sadece yurt içinde değil aynı zamanda yurt dışında da tanıtan ve Edirne'nin kültür turizmine hizmet eden Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri'ne uluslararası bir nitelik kazandırılması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Edirne'ye özgü geceler (Helva sohbetleri, Osmanlı Düğünü geceleri, Rumeli geceleri, Roman kültürü geceleri, …) düzenlenerek turistik ürün çeşitlendirmesine gidilmesi gerektiği ve böylece turistin gündüz tarihi ve kültürel yerleri

ziyaretlerinden sonra kentten ayrılmayarak geceleri de katılabilecekleri aktivitelerin olması gerektiği söylenmiştir.

Nehirlerin ıslah edilmesi ve tarihi taş köprülerin tamamının ışıklandırılmasıyla farkındalık yaratılarak turist çekebileceği belirtilmiştir.

Edirne Sarayı'nın ören yeri projesinin tamamlanması, ayrıca tanıtım faaliyetlerinin arttırılarak sadece Osmanlı vurgusu yapılmaması gerektiğini ifade eden katılımcılar Spartaküs'ün ataları olduğunu, Trak müzesi kurularak ve mitolojik öykülerle desteklenerek tanıtımların farklı konseptlerde yapılması gerektiğinin önemini vurgulamışlarıdır.

Otellerin kapasite ve kalitesinin yükseltilmesi gerekliliği üzerinde durulurken, yabancı dil bilen personel eksikliğinin giderilmesi ve esnafta turizm bilinci oluşturulması gerektiği ifade edilmektedir.

Kentteki altyapı/üstyapı sorunu çözüldüğünde ve turistik ürün çeşitlendirmesine gidildiğinde Edirne, diğer turistik destinasyonlar karşısında rekabet gücü elde edecek duruma gelecektir. Aynı zamanda turistik işletmelerin hizmet kaliteleri arttırıldığında ve hizmet sektörü çalışanları başta olmak üzere kentte turizm bilinci oluşturulduğunda kentin zengin kültürel mirasının farkındalığı artacak, böylece kentte kültür turizmi gelişecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, ulaştığı ekonomik boyut ve yarattığı etkiler sebebiyle günümüzün en önemli sektörlerindendir. Turizm sektörü, ekonomisinde önemli bir yere sahip destinasyonlar için sürekli yenilenme gereksinimi olan bir yapıya sahiptir. Bu gereksinim mevcut ürünlerin geliştirilmesine ve yeni ürünlerin oluşturulmasına olanak verecek yeni ürün politikaları geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır.

Turizmde ürün çeşitlendirme ile desteklenen ürünler, destinasyonu ziyaret edecek olan ve kararsız potansiyel turistler için çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Değişen turizm eğilimiyle birlikte turist profilinin de değişmesi, kültür turizminin sunduğu imkanları daha çekici hale getirmektedir. Bu nedenle yeterli arz potansiyeline sahip destinasyonlar turistik ürün çeşitlendirmesine gitmektedir.

Bu araştırma kapsamında, kültür turizmi ve sahip olduğu kültürel mirasın çekim gücü ile turist kabul eden bir destinasyon olan Edirne ilinin mevcut turistik ürün ve çekicilikleri ile oluşturulacak yeni ürünler belirlenmiş; sürdürülebilir bir kültür turizmi için neler yapılması gerektiği ve turizm alanında faaliyet gösteren paydaşların (kent turizmine sağladıkları katkı yönüyle) rolü incelenmiştir. Bu amaçla Edirne'de turizm alanında faaliyet gösteren kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları yöneticileri ile akademisyen ve gazetecilerden oluşan 19 kişilik bir uzman grubuna 9 soru yöneltilmiş ve alınan cevaplar araştırma kısmında yer almıştır. Cevaplar doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur.

Bir destinasyonda turizmin hangi şekilde geliştirileceğine karar vermek amacıyla destinasyonun çekim güçlerinin neler olduğu belirlenmelidir. Turistik destinasyonlarda turizm etkinlikleri turistik ürünler etrafında geliştirilmekte ve turistik ürün çeşitliliği ne ölçüde fazlaysa destinasyonun çekim gücü de o ölçüde artmaktadır. Edirne, Türkiye'nin Avrupa'ya açılan kapısıdır ve kültür varlıkları bakımından önemli destinasyonlardan biridir. Edirne, Osmanlı İmparatorluğu'na 92 yıl başkentlik yapmış, farklı etnik köken ve dinleri barındırdığı için kendine has bir kültüre sahiptir. Dolayısıyla Edirne'de turistik ürünlerin kaynağını tarihi ve kültürel değerler oluşturmaktadır. Ancak kent, tarihi ve kültürel varlıklara sahip olmasına

rağmen bu varlıkların büyük bir bölümü değerlendirilememiş ve tanıtılamamıştır. Sadece Selimiye Camii, Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Hıdrellez Şenliği, Tava Ciğeri gibi belli başlı kültür hazineleri ön plana çıkarılmış ve diğer kültürel değerler arka planda kalmıştır.

Edirne'nin mevcut turistik ürün bakımından yetersiz olduğu görülmektedir. İnanç, sağlık, eğitim, kongre ve alışveriş turizminin geliştirilerek başlı başına turistik ürün olmaları sağlanmalıdır.

İnanç, toplumların kültürlerinin bir parçasıdır ve insanlar inançları gereği dini görevlerini yerine getirmek ve ziyaret etmek amacıyla dini açıdan önemli kabul ettikleri yerlere gitmektedir.

Edirne, inanç turizmi açısından son derece önemli bir merkezdir. Kent, dört farklı dinin (Müslümanlık, Hıristiyanlık, Musevilik ve Bahailik) kutsal mekanlarına ev sahipliği yapmaktadır. Selimiye Camii, Müslümanlar için kutsal kabul edilmektedir ve caminin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne girmesiyle birlikte bilinirliği artmıştır. Ancak, caminin etrafında dilencilerin ve tarihi dokuya uygun olmayan satış yerlerinin olması Edirne kültür turizmini olumsuz etkilemektedir. Bu satış yerlerinin tarihi dokuya uygun hale getirilmesi ve dilencilerin turistleri rahatsız etmesi engellenmelidir. Bunun yanında caminin minyatürleri yapılarak hediyelik eşya satışına sunulmalıdır. Böylece kentin tanıtımı yapılırken yerel halka istihdam yaratılmış olur.

Bulgar Kilisesi ise hafta sonları Bulgaristan ve İstanbul'dan ziyaretçileri kabul etmektedir. Ancak kiliseye gitmek için yönlendirici tabela eksikliği vardır. Bu eksikliğin giderilerek Türkçe ve Bulgarca yönlendirme tabelaları hizmete sunulmalıdır.

Avrupa'nın 3. büyük sinagogu olan Edirne Büyük Sinagogunun, Türkiye ve Avrupa'daki Yahudilerin düğün vb. gibi özel törenlerine açılarak Yahudi cemaatinin

Edirne'ye gelmesi sağlanmalıdır ve kentte söz sahibi yöneticilerin[318] siyasi görüşlerini ifade ederken kullandıkları üsluba dikkat etmeleri gerekmektedir.

Bahailerin[319] hac merkezi olan Edirne Bahai Evi, yüksek gelir grubuna mensup Bahailerin dünyanın çeşitli ülkelerinden gelerek hac görevlerini yerine getirdikleri yerdir. Geçmişte gerici bir grubun sözlü saldırısına uğramaları dolayısıyla son 5 yıldır geldikleri tarih bilinmemektedir.

Hac ziyaretlerinin yapıldığı destinasyona olan getirisi göz önüne alındığında, hac merkezine sahip destinasyonlar önemli bir ekonomik getiri sağlamaktadır ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için inanç turizmi cezp edici olmaktadır. Çünkü dini görevlerini yerine getirmek isteyen hacı adayları daha fazla harcama yapmayı göze almaktadır. Edirne'ye Bahaileri yeniden çekebilmek için işletmeler teşvik edilmeli ve kentte inanç turizmini geliştirmek adına dini toplantılar, konferanslar, sempozyumlar organize edilmelidir.

Trakya Üniversitesi Balkan Kongre Merkezi Musevilerin, Hıristiyanların ve Bahailerin toplantıları için kullanıma açılmalıdır. Ayrıca Balkan ülkelerinde yapılacak olan (özellikle sağlık) kongrelerin organizasyonunu Edirne üstlenmelidir.

Turistik ürün çeşitlendirmesinde doğrudan çekim gücü yaratan ürünler yanında destekleyici ürünler de önemli bir yer tutmaktadır; çünkü bir turistik ürünün

---

[318] Hürriyet Gazetesi, 2014 yılının kasım ayında restorasyonu devam eden Edirne Büyük Sinagogu ile ilgili Vali Dursun Ali Şahin, İsrail'in Mescid- i Aksa'ya düzenlediği baskına kızıp sinagogun ibadete açılmayıp müze olarak kullanacağını ifade etti. Vali: *"Mescid- i Aksa'nın içinde savaş rüzgarları estiren, bizzat savaş tatbikatı yapan o eşkıya kılıklı insanlar orada Müslümanları katlederken, biz de onların burada sinagoglarını yapıyoruz. İçimde büyük bir kinle söylüyorum bunu"* şeklinde açıklama yapmıştır. http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27632073.asp, (01.08.2015).

[319] "*Yeni Delhi'de Bahai Mabedi Seyyid Ali Muhammed (Bab) (Bab, Arapça'da kapı demektir), kendisinin tüm Müslüman aleminin beklediği kişi olan "Kaim", "Mehdi" olduğunu 23 Mayıs 1844'te ilan etti. Binlerce kişi Bab'a inanarak "Babi" oldu. Bu gelişmeler ve onun eski dini yapıya göre çok yenilikçi ve radikal fikirleri ortaya koyması İran'da işkencelere ve baskılara yol açtı. Bab, 1850'de Tebriz şehrinde kurşuna dizildi. Birçok Babi ise yine İran'da değişik feci işkence yöntemleri ile öldürüldü. Bab'ın ölümünden sonra "Babi"lere Mirza Hüseyin Ali (Bahaullah) liderlik etti. Bahaullah ve beraberindekiler İran Kaçar yönetiminin baskısıyla, Osmanlı İmparatorluğu ile yapılan görüşmeler sonunda Bağdat'a sürgün edildi. Bahaullah 1863'te burada, Bab'ın gelişini müjdelediği kişinin kendisi olduğunu ve insanlık tarihinde bütün önceki dinlerin gelmesini vaad ettiği "dünyanın bir vatan gibi olacağı, insanların artık savaş yapmayı öğrenmeyecekleri" Mehdi çağının gelmiş olduğunu ilan ederek Bahai Dini'nin yeni prensiplerini açıkladı. Bahaullah'ın hayatının 40 yılı Osmanlı İmparatorluğu topraklarında geçti. 12 Aralık 1863'te vardığı Edirne'de bu tarihten itibaren 5 yıla yakın yaşadı".* http://www.dunyadinleri.com/bahailik.html, (01.08.2015).

çekim gücüyle seyahat kararı alan turist, gittiği destinasyonlarda farklı etkinliklerde bulunmak ve iyi zaman geçirmek isteyecektir.

Meriç Nehri kıyısında yer alan Kent Ormanı ve Karaağaç bölgesi, yerel halk ve turistler için kentin en önemli rekreasyon alanıdır. Ancak şiddetli yağışlarda nehir yatağındaki taşkınlar, etrafında bulunan az sayıdaki tesisin zarar görmesine ve uzun süre hizmete kapalı kalmasına neden olmaktadır. Bunun yanında yürüme ve bisiklet parkuru bulunmaması ve nehirlerin ıslah çalışması yapılmaması dolayısıyla su sporlarından yararlanılamamaktadır. Bu durum destekleyici ürün olabilecek bu etkinliklerin yapılamamasına neden olmaktadır.

Ayrıca destekleyici ürün olarak, Edirne'nin çok uluslu yapısı ve kültürel geçmişinden yararlanılarak Anadolu'nun birçok turistik destinasyonunda uygulanan Türk Geceleri, Edirne'ye uyarlanarak Rumeli Geceleri, Osmanlı Saray Düğünleri, Roman Gelenekleri, Helva Sohbetleri canlandırılmalı ve turistin iyi zaman geçirmesi ve konaklama yapması sağlanmalıdır.

Edirne, inanç ve kültür turizmi ile turisti çekmekte ve en yoğun turist akışının olduğu dönem Nisan – Eylül ayları arasını kapsamaktadır. Ziyaretlerin bu dönemde yoğunlaşması turistlerin sebep olacağı tahribata yol açabilmektedir. İnanç ve kültür turizmi faaliyetlerinin tüm yıl boyunca sürdürülebilirliğinin sağlanması, mevsimsel yoğunlaşmayı önlemek açısından son derece önemlidir. Turizm faaliyetlerinin mevsimselliğinin önlenmesi amacıyla tüm yıla yayılacak tur programları oluşturulmalı ve kente çoğunlukla hafta sonu ve günübirlik gelen turistin geceleme yapması için oluşturulacak tur programları haftanın her gününe yayılmalıdır.

Katılımcılardan Edirne'nin altyapı/üstyapı ve rekabet gücünün değerlendirilmesi istendiğinde; büyük çoğunluğu altyapı/üstyapı eksikliği olduğunu, rekabet potansiyeli olmakla birlikte altyapı/üstyapı iyileştirilmediği için rekabet gücünün olmadığını belirtmişlerdir. Kent Trak, Roma, Bizans ve Osmanlı Uygarlıklarına ev sahipliği yapması dolayısıyla birçok tarihi ve kültürel değere sahiptir. Bu değerler kentin rekabet gücünü arttırmaktadır. Ancak turizmin mevsimsel olması, sektördeki istihdamı zayıf bırakmıştır. Kent, Yunanistan ve Bulgaristan ile sınır olması dolayısıyla transit geçiş noktasıdır ve çok fazla insan

akışı olmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle İstanbul, Yunanistan ve Bulgaristan'dan turist çekmekte; fakat gelen turistler çoğunlukla konaklamalı değil günübirlik gelmektedir. Günübirlik ziyaretler dolayısıyla konaklama sektörüne yeterince yatırım yapılmamıştır. Bunun sonucunda hizmet kalitesinin düşük olması, temizlik ve hijyen sorunlarını ortaya çıkmaktadır. Son birkaç yılda yapılan 4 ve 5 yıldızlı birer otel dışındaki konaklama işletmelerinin fiziki yapılarını ve hizmet kalitelerini geliştirmesi gerekmektedir.

Yiyecek- içecek işletmelerinde ise neredeyse hiç Osmanlı mutfağına yer verilmemesi, üst gelir grubuna hitap eden restoran olmaması, restoranlarda içki satışı yapılmaması ve restoranların esnaf lokantası şeklinde hizmet vermesi yöresel lezzetleri tatmak isteyen kültür turistini olumsuz etkilemekte ve bu durum Edirne kültür turizminin gelişmesindeki eksikliklerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bunların yanı sıra en büyük eksiklik kentteki kanalizasyon sorunudur ve bu duruma derhal çözüm getirilmelidir. Aynı şekilde otopark sorunu bulunan kentte özellikle tur otobüslerinin park edebileceği alanlar oluşturulmalı ve kentin dışında olan ve 2004 yılında Avrupa'nın en iyi sağlık müzesi ödülünü kazanan II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi'nde de park alanı oluşturulmalıdır. Şehir içindeki umumi tuvalet sorunu çözülmeli ve kentin tarihi dokusuna zarar veren tabela, çanak anten ve klimaların oluşturduğu görüntü kirliliğini ortadan kaldıracak yasal tedbirler alınmalıdır.

Edirne'nin transit geçiş noktası olması ve otoban ile İstanbul'a bağlanması dolayısıyla ulaşım kara yolu ile çok kolay sağlanmaktadır. Ancak kentin İstanbul, Yunanistan ve Bulgaristan'a yakınlığı her hafta sonu turist çekmesi bakımından avantaj, turistin günübirlik gelmesi dezavantaj oluşturmaktadır. Kentin yakınlığı tam olarak avantaja çevirebilmesi için ürün çeşitliliğine gidilmesi ve hızlı tren projesinin hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Edirne, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen Trakya Kültür Koridoru'nda[320] yer almakta ve kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kenti oluşturulacak 15 kentten biridir. Bu durum, zengin bir kültürel mirasa sahip olan Edirne için önemlidir. Bununla birlikte kültürel mekanların pazarlanmasında kültürel

[320] Türkiye Turizm Stratejisi, www.kulturturizm.gov.tr, (01.08.2015).

turizm çekiciliğine sahip alanın sağlam bir kültürel imaja sahip olması da son derece önemlidir[321]. Katılımcıların çoğu Edirne'nin olumlu bir imajı olduğunu söylese de Edirne'nin henüz kültürel imajı oluşmamıştır. Bunun sebebi kentin 2023 Turizm Stratejileri kapsamında marka kent projesinin henüz gerçekleşmemiş olması ve bu konuda yapılan çalışmaların/projelerin sürdürülebilirliğinin olmamasıdır. Turizmin yararlarının farkında olan ve bu konuda yatırımlar yapan ülkelerde olduğu gibi Edirne'de de, turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmek ve gelecek nesillere yaşanabilir fiziksel, toplumsal ve ekonomik bir ortam bırakmak amacıyla sürdürülebilir turizm politikaları belirlenmeli ve bu politikaların hayata geçirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Edirne'deki kültürel varlıkların (Selimiye Camii ve Külliyesi ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri) UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınmasıyla değerleri tüm dünya tarafından kabul edilmektedir. Bu mirasın korunmasında en önemli görev yerel halk ile birlikte yerel ve sivil kuruluşlara düşmektedir.

Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için yerel halkın bakış açısı önemlidir. Yerel halk, yaşadığı yörenin doğal ve kültürel değerleri sayesinde ekonomik açıdan gelir elde ettiği takdirde bu değerlerin koruyucusu konumuna geçecektir. Edirne'de yerel halkın en büyük eksikliği turizm ve turizmin sürdürülebilirliği konusundaki bilgisizliğidir. Yerel halk, turizm ve sürdürülebilirliği konusunda bilgilendirilerek gerekli çalışma ve örgütlenmelerin içine dahil edilmelidir. Halka, turizmden elde edeceği ekonomik kazanç anlatılarak kaynakların korunmasına katkıda bulunması sağlanmalıdır.

Yerel yönetimler kadar turizm sektöründe etkili olan ve hizmet veren kuruluş ve yatırımcılara de görev düşmektedir. Bu kuruluşlar ve yatırımcılar, kentte kültürel turizmin sürdürülebilirliği için projeler üretmeli, belirli periyotlarla bir araya gelerek fikir alışverişi yapmalı, sürdürülebilir turizm ile ilgili yenilikleri takip etmeli, turizmin sürdürülebilirliğine aykırı durumlarda işbirliği içerisinde kamuoyu oluşturmalı, sosyal sorumluluk projelerinde yer almakla birlikte etkinliklerinde kentin tanıtımlarına yer vermeleri kent turizmine katkı sağlayacaktır.

[321] Öter ve Özdoğan, s. 136.

Edirne'de ticaret ve turizm hayatının geliştirilmesi amacıyla Turizm Master Planı hazırlanmaktadır. Bu projenin tamamlanmasıyla birlikte Edirne'de turizmin olumlu yönde gelişeceği düşünülmekte ve yerel halka istihdam yaratması beklenmektedir.

Araştırma, Edirne ilinde turizm ile doğrudan ilgili kamu sektörü, özel sektör, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarından uzmanlar ile sınırlıdır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak görüşme tekniği ile elde edilen sonuçların ve sunulan önerilerin Edirne ile ilgili gerçekleştirilecek daha detaylı araştırmalara yol gösterici olması beklenmektedir. Literatürde turistik ürün ve sürdürülebilir turizm ile ilgili örnek çalışmalar bulunmasına rağmen turistik ürün olarak kültür turizminin sürdürülebilirlik açısından incelenmesinin literatürdeki boşluğu dolduracağı ve gelecekte yapılan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akbulut, Yavuz. "Verilerin Analizi", **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ed: Adile Aşkım Kurt, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013, ss. 139 - 162.

Akgül, Olcay. **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias - Geyre Örneği**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2003.

Akış, Sevgin. Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye, **Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt:10, Sayı:1, 1999. ss. 36-46.

Akşit, Selahattin. Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 23, Sayı: 2, 2007. ss. 441-460.

Akyurt, Hakan. "Turizm Planlaması: Planlama Kavramı, Amaç ve Türleri", **Turistik Ürün Politikası,** Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 29 - 44.

Albayrak, Aslı. "Türk Turizminde Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmenin Ön Koşulu: Ülke İmajı", **12. Ulusal Turizm Kongresi,** 30 Kasım – 4 Aralık 2011, ss. 42 - 51.

Aliağaoğlu, Alpaslan. Sosyo-kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler, **Coğrafi İlimler Dergisi,** Cilt: 2, Sayı: 2, 2004, ss. 50 - 64.

Alkan, Ceylan. "Turizm Politikası: Tanımı ve Özellikleri", **Turistik Ürün Politikası**, Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 7-28.

Altanlar, Aslı ve Güniz Akıncı Kesim. Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma: Akçakoca Örneği, **Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 2, 2011. ss.1-20.

Aydın, Suavi. "Kültür Kavramı", **Antropoloji,** Ed: Handan Üstündağ, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 23-46.

Bahailik, http://www.dunyadinleri.com/bahailik.html, (01.08.2015).

Bahar, Ozan ve Metin Kozak. Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt:16, Sayı: 2, 2005. ss.139-152.

Bardakoğlu, Övünç. **Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2011.

Batman, Orhan ve Sibel Çınar Oğuz. "Kültür Turizmi", **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi,** Ed: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008, ss. 189-208.

Beyhan, Ş. Gülin ve S. Mete Ünügür. Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli, **İTÜ Dergisi / a Mimarlık, Planlama, Tasarım**, Cilt: 4, Sayı: 2, 2005. ss.79-87.

Buluç, Gülçin Tanur. Turistik Ürün Pazarlama Politikası ve Planlaması ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Yıl: 8, Sayı: 1 – 2, 1997, ss. 12 - 17.

Burkart, A. J. ve S. Medlik. **Tourism, Past, Present and Future**, Butterworth – Heineman, London, 1981.

Can, Müşerref. Kültürel Miras ve Müzecilik Çalışma Raporu, **Kültür ve Turizm Bakanlığı,** Ankara, 2009.

Cengiz, Funda. **Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2012.

Chhabra, Deepak. Proposing a Sustainable Marketing Framework Heritage Tourism, **Journal of Sustainable Tourism,** Cilt: 17, Sayı: 3, 2009, ss. 303 - 320.

Coşar, Yeşim. “Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi”, **Turistik Ürün Politikası**, Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 113-128.

Cros, Hilary du, Thomas Bauer, Carlos Lo ve Song Rui. Cultural Heritage Assets in China as Sustainable Tourism Products: Case Studies of Hutongs and the Huanghua Section of the Great Wall, **Journal of Sustainable Tourism,** Cilt: 13, Sayı: 2, 2005, ss. 171 - 194.

Çavuş, Şenol ve Abdullah Tanrısevdi. Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Ölçekli Bir Sürdürülebilir Turizm Gelişme Modeli Önerisi, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Yıl: 11, Eylül - Aralık, 2000, ss. 149 - 159.

Çeken, Hüseyin, Taner Dalgın ve Levent Karadağ. Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki, **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE),** Sayı: 22, Bahar, 2009, ss. 21- 36.

Çeken, Hüseyin. Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye, **Muğla Üniversitesi SBE Dergisi,** Sayı: 12, Bahar, 2004, ss. 1 - 11.

ÇEKÜL Vakfı, “Sürdürülebilir Kültür Turizmi İçin Kamu - Yerel - Sivil - Özel İşbirliği”, 2012, http://www.cekulvakfi.org.tr/files/dosyalar-haber/_surdurulebilir_kultur_turizmi_kilavuzu.pdf, (25.05.2015).

ÇEKÜL Vakfı, “ÇEKÜL’ün Kültürel Miras Anlayışı” 2015, http://www.cekulvakfi.org.tr/proje/cekulun-kulturel-miras-anlayisi, (25.05.2015).

Çetin, İbrahim. **Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Eko - Turizmin Yapısal Analizi ve Türkiye’de Geliştirme Stratejileri (Örnek Bir Uygulama),** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2001.

Çiçek, Dönüş. “Kültür Turizmi”, **Alternatif Turizm,** Ed: Sadık Bahçe, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 100-127.

Çolak, Okan. **Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2009.

Çolakoğlu, Osman. "Turistik Ürün Kavramına Genel Yaklaşım", **Turistik Ürün Politikası**, Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 47-68.

Çulha, Osman. Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, **Yaşar Üniversitesi Dergisi,** Cilt: 3, Sayı: 12, 2008, ss. 1827 - 1852.

Demir, Cengiz ve Aydın Çevirgen. **Turizm ve Çevre Yönetimi, Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2006.

Demir, Mahmut ve Şirvan Şen Demir. Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** Cilt: 6, Sayı: 1, 2004, ss. 94 – 116.

Dinçer, Füsun İ. ve Suna Muğan Ertuğral. "Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında Ürün (Product)", **Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P 7C**, Ed: Cevdet Avcıkurt ve Şehnaz Demirkol, Değişim Yayınları, İstanbul, 2009, ss. 49-74.

Dinçer, Füsun İ. ve Suna Muğan Ertuğrul. Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Cilt: 11, Sayı: 2, 2000. ss. 69-78.

Doğan, Hacer. **Kültür ve Tabiat Varlıklarının Yurtdışına Çıkarılma Yasağına Muhalefet Suçu,** (Uzmanlık Tezi), Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Ankara, 2012.

Doswell, Roger. **Tourism: How Effective Management Makes The Difference**, Butterworth – Heinemann, Oxford, 1997.

Edirne Belediyesi, "Turizm Rehberi", Edirne Belediyesi Yayınları, Edirne, 2014.

Edirne Valiliği, "Edirne kültürü", http://www.edirne.gov.tr/edirneicerik.php?id=7, (20.04.2015).

Edirne Valiliği, "Edirne'nin Tarihçesi", 2015, http://www.edirne.gov.tr/edirneicerik.php?id=1, (20.04.2015).

Ege, Zehra. "Türkiye'de Turistik Ürün Çeşitlendirme Potansiyeli", **Turistik Ürün Politikası**, Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 359-379.

Emekli, Gözde, Aydın İbrahimov ve Füsun Soykan. Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, **Ege Coğrafya Dergisi,** Sayı: 15, 2006, ss. 1 - 16.

Emekli, Gözde. Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm, **Ege Coğrafya Dergisi,** Sayı: 14, 2005, ss. 99 - 107.

Emekli, Gözde. Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm, **Ege Coğrafya Dergisi**, Cilt:15, Sayı:1, 2006. ss. 51-59.

Erdoğan, Harun. **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1995.

Erdoğan, Nazmiye. Seyahat Acentelerinin Çevresel İlgilerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi, **Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi,** Cilt: 1, Sayı: 4, 2012, ss. 247 - 265.

Erol, Mikdat. **Turizm Pazarlaması**, Ekin Kitabevi, İstanbul, 2003.

Eser, Seçkin, Taner Dalgın ve Hüseyin Çeken. Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği, **Ege Coğrafya Dergisi,** Cilt:19, Sayı:2, 2010. ss. 27-34.

Eser, Seçkin. **Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 2011.

Europa Nostra, http://europanostra.org.tr/content.aspx?id=9, (10.08.2015).

Garrod, Brain ve Alan Fyall. Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism ?, **Tourism Management,** Cilt: 19, Sayı: 3, 1998, ss. 199 - 212.

Genim, Sinan. "Kültür turizmi", **II. Turizm Şurası Bildirileri,** Cilt: 3, 12 -14 Nisan 2002, Ankara, ss. 205 - 210.

Global Etik Kurallar, http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf, (10.08.2015).

Gökalp, Emre. "Kültür ve Toplum", **Sosyolojiye Giriş,** Ed: Nadir Suğur, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 98-125.

Gökdağ, Rüchan. "Sosyal Etki ve Sosyal Güç", **Sosyal Psikoloji I,** Ed: Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 56-71.

Gürpınar, Ergun. Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Üzerine, **I.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi,** Sayı: 23 - 24, 2001, ss. 185 - 193.

Güvenç, Bozkurt. **İnsan ve Kültür,** Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003.

Hacıoğlu, Necdet ve Cevdet Avcıkurt. "Turistik Ürün, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Alternatif Turizm", **Turistik Ürün Çeşitlendirmesi,** Ed: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008, ss. 5-15.

Hacıoğlu, Necdet. **Turizm Pazarlaması**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.

Hürriyet Gazetesi, **Edirne Valisi açıklama**, http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27632073.asp, (01.08.2015).

ICOMOS Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü, http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_0473172001407841550.pdf, (10.08.2015).

Ioannides, Dimitri. A Flawed Implementation of Sustainable Tourism: The Experience of Akamas, Cyprus. **Tourism Management,** Cilt: 16, Sayı: 8, 1995, ss. 583 - 592.

İçöz, Orhan ve Metin Kozak. **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2002.

İnam, Ersin Acar. **Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Yöre İmgesi: Antalya - Belek Turizm Merkezi Örneği,** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009.

İslamoğlu, Ahmet Hamdi. **Turizm Pazarlaması**, Beta Basım Yayıncılık, İstanbul, 2010.

Jamieson, Walter. **"The Challenges of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism"**, 2000, s. 5, http:// www.unesdoc.unesco.org, (20.04.2015).

Kahraman, Nüzhet. "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", **I. Turizm Sempozyumu Kitabı,** Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, DEÜ Rektörlük Matbaası, 17 – 18 Kasım 1994, ss. 137 -145.

Karataş, Muhammed ve Serap Babür. Gelişen Dünyada Turizm Sektörünün Yeri. **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,** Cilt: 15, Sayı: 25, 2013, ss. 15 - 24.

Kaypak, Şafak. Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi,** Cilt: 2, Sayı: 2, 2010, s. 93 - 114.

Kerimbekova, Aigerim. **Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi İle İlgili Bir Uygulama,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2010.

Kınacı, Bahar, Nalan Albuz Pehlivan ve Güneş Seyhan. **Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)**, Pegem Akademi Yayınevi, Ankara, 2011.

Kızılırmak, İsmail ve Hüseyin Kurtuldu. Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 1, 2005, ss. 100 - 121.

Kolb, Bonita. M. **Tourism Marketing for Cities and Towns,** Elsevier Publishing, Oxford, 2006.

Kousis, Maria. Tourism And The Environment A Social Movements Perspective, **Annals of Tousim Research,** Cilt: 27, Sayı: 2, 2000, ss. 468 - 489.

Kozak, Meryem A. ve A. Sadık Bahçe. **Özel İlgi Turizmi,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.

Kozak, Metin. **Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri**, Detay Yayıncılık, 2014.

Kozak, Nazmi, Meryem Akoğlan Kozak ve Metin Kozak. **Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2012.

Kozak, Nazmi. **Turizm Pazarlaması**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010.

Kuşat, Nurdan. "Turizm Sektöründe Küreselleşmenin Etkisi ve Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliği", **12. Ulusal Turizm Kongresi**, 30 Kasım – 4 Aralık 2011, ss. 32 - 41.

Kuzu, Abdullah. "Veri Toplama Yöntem ve Araçları", **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ed: Adile Aşkım Kurt, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 93 - 115.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Hakkında", 2015, http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50837/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi-hak-.html, (25.05.2015).

Loulanski, Tolina ve Vesselin Loulanski. The Sustainable Integration of Cultural Heritage and Tourism: a Meta - Study, **Journal of Sustainable Tourism,** Cilt: 19, Sayı: 7, 2011, ss. 837 - 862.

MacDonald, Roberta ve Lee Jolliffe. Cultural Rural Tourism Evidence from Canada, **Annals of Tourism Research,** Cilt: 30, Sayı: 2, 2003, ss. 307 - 322.

Madran, Emre. "Ulusal Mevzuatın Tarihsel Gelişimi", **Kültürel Miras Mevzuatı**, Ed: Mustafa Servet Akpolat, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012, ss. 52-77.

Malta Bildirisi, http://www.mo.org.tr/UIKDocs/europanostramalta2006.pdf, (10.08.2015).

McIntosh, J. Alison. Into The Tourist's Mind: Understanding The Value of The Heritage Experience, **Journal of Travel and Tourism Marketing,** Cilt: 8, Sayı: 1, 1999, ss. 41 - 64.

Middleton, Victor. T. C. **Marketing In Travel And Tourism**, Butterworth - Heinemann, Oxford, 1988.

Olalı, Hasan ve Alp Timur. **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti, İzmir, 1988.

Olalı, Hasan, S. Selçuk Nazilli, E. Nilgün Kırcıoğlu ve Mehmet Sümer. **Dış Tanıtım ve Turizm**, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara, 1983.

Olalı, Hasan. **Turizm Politikası ve Planlaması**, Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir, 1982.

Öter, Zafer ve Osman N. Özdoğan. Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk - Efes Örneği, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,** Cilt: 16, Sayı: 2, 2005, ss. 127 - 138.

Özbey, Funda Rana. Sürdürülebilir Turizm Kalkınması, 2002: Birleşmiş Milletler - Dünya Ekoturizm Yılı, **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** Cilt: 18, Sayı: 1 – 2, 2002, ss. 68 - 84.

Özdoğan, O. Nuri. "Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras", **Sürdürülebilir Turizm Kavram - Uygulamalar**, Ed: Metin Kozak, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 47 - 60.

Özkök, Ferah ve Fadime Gümüş. Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi, **Yönetim Bilimleri Dergisi,** Cilt: 7, Sayı: 9, 2009, ss. 51 - 71.

Öztürk, Yüksel ve İrfan Yazıcıoğlu. Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 2, 2002, ss. 1 - 14.

Pepper, David. The Integration of Environmental Sustainability Considerations into EU Development Policy: A Case Study of the LEADER Initiative in the West of Ireland, **Journal of Environmental Planning and Management,** Cilt: 42, Sayı: 2, 1999, ss. 167 - 187.

Resmi Gazete, "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme", 1983,http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17959.pdf&main=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17959.pdf, (25.05.2015).

Rızaoğlu, Bahattin. **Turizm Pazarlaması,** Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.

Salı, Jale Balaban. "Verilerin Toplanması", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Ed: Ali Şimşek, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012, ss. 134 - 161.

Sarkım, Mustafa. **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği**, **(**Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

Saveriades, Alexis. Establishing the Social Tourism Carrying Capacity fort he Tourist Resorts of the East Coast of the Republic of Cyprus. **Tourism Management,** Sayı: 21, 2000, ss. 147 - 156.

Sezgin, Mete ve Abdullah Karaman. Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. **Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.** Cilt:12, Sayı:19, 2008. ss. 429-439.

Shaw, Gareth ve M. Allan Williams, **Critical Issues In Tourism, A Geographical Perspective,** Blackwell Publishers Inc., Oxford, 1996.

Sonuç, Nil. "Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği", **Sürdürülebilir Turizm Kavramlar – Uygulamalar,** Ed: Metin Kozak, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014.

Swarbrooke, John. **Sustainable Tourism Management,** CABI Publishing, Oxon, 1999.

Trainer, F. N. The Global Sustainability Crisis. **International Journal of Social Economics,** Cilt: 24, Sayı: 11, 1997, ss. 1219 - 1240.

Tunç, Azize ve Firuzan Saç. **Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği,** Detay Yayıncılık, Ankara, 1998.

Türk Dil Kurumu, "Güncel Türkçe Sözlük", 2015, www.tdk.gov.tr, (24.04.2015).

Türkiye Turizm Stratejisi, www.kulturturizm.gov.tr, (01.08.2015).

Türksoy, Adnan. "Turistik Ürün Fiyat Politikası", **Turistik Ürün Politikası**, Ed: Alp Timur, Detay Yayıncılık, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014, ss. 163-186.

TÜSİAD, “Türkiye’de Alternatif Turizmin Gelişimine Yönelik Değerlendirmeler”, 2014, http://www.tusiad.org.tr/__rsc/shared/file/Turizm-raporu-Mardin.pdf, (25.05.2015).

UNESCO, “Dünya Miras Listesi’nde Türkiye”, 1972, http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/somut_kulturel_miras.pdf (25.05.2015).

UNESCO, “Dünya Mirası Kriterleri”, 1992, http://whc.unesco.org/en/criteria, (25.05.2015).

UNESCO, “Somut Kültürel Miras” http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somutkulturelmiras/somut_kulturel_miras.pdf, (25.05.2015).

UNESCO, “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”, 2003, http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-TR-PDF.pdf, (25.05.2015).

Usal, Ahmet. **Edirne Tarihi ve Kültürü**, Edirne Vergi Dairesi Başkanlığı Yayını, Edirne, 2006.

Usal, Alparslan ve Zeynep Kuşluvan. **Davranış Bilimleri (Sosyal Psikoloji),** Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları, İzmir, 1998.

Uslu, A ve T. Kiper. Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/ Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi,** Cilt: 3, Sayı: 3, 2006, ss. 305 - 314.

Usta, Öcal. **Turizm: Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988.

Uygur, Nermi. **Kültür Kuramı**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996.

Uygur, Selma Meydan ve Eda Baykan. Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,** Sayı: 2, 2007, ss. 30 - 49.

Uygur, Selma Meydan. **Turizm Pazarlaması**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.

Ünsal, Deniz ve Gül Pulhan. "Türkiye'de Kültürel Mirasın Anlamı ve Yönetimi", **Kültürel Miras Yönetimi**, Ed: Asu Aksoy ve Deniz Ünsal, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2012, ss. 30-65.

Ünüsan, Çağatay ve Mete Sezgin. **Turizm Pazarlaması,** Literatürk İstanbul, 2007.

Üsküdar, Şerife. **Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma,** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2012.

WTO, "Sustainable Development of Tourism", 2014, http://sdt.unwto.org/content/about-us-5, (13.02.2015).

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek. **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, 2008.

Yılmaz, Burcu Selin ve Özgür Devrim Yılmaz. "Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri", **I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi,** 15 – 16 Nisan 2004, ss. 157 - 175.

Yüksek, Gökçe. "Sürdürülebilir Turizm", **Alternatif Turizm, ,** Ed: Sadık Bahçe, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013, ss. 26-51.

EKLER

EK 1: Turizmde Global Etik İlkeler

Bölüm 1: Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı

1. Felsefi ve ahlaki değerler ile kültürel ve dini değerlerin çeşitliliğini kavramak ve bunlara saygı göstermek, sorumlu turizmin temeli ve sonucudur. Turizmin gelişmesinde etkili olan taraflar ve bizatihi turistler, ulusal azınlıklar ve yerli halk da dahil tüm insanların sosyal ve kültürel değerlerine önem vermelidir.

2. Turizm faaliyetleri, ev sahibi bölge ve ülkenin özellik ve gelenekleriyle uyum içinde, alışkanlık ve yasalarına saygı gösterilerek gerçekleştirilmelidir.

3. Ev sahibi topluluk ve yerel profesyoneller, bölgelerine gelecek turistlerin yaşam şekli, beklentileri ve damak zevklerine saygı göstermelidir.

4. Turist ve beraberindeki eşyanın güvenliğinden kamu görevlileri sorumludur. Turistin her türlü zarardan korunması için kamu görevlileri gerekli önlemleri almalıdır. Turistik tesislerin ve kültürel / doğal mirasın korunması milli yasalarla güvence altına alınmalıdır.

5. Başka yöreleri ziyaret eden turistler, her türlü suç, yanlış davranış ya da yerel halkı incitici veya küçük düşürücü davranışlardan kaçınmalıdır.

6. Turist, hangi destinasyonu ziyaret ediyorsa orayla ilgili sağlık, güvenlik başta olmak üzere asgari bilgileri edinmekle yükümlüdür.

Bölüm 2: Turizmin Bireysel ve Kolektif Yönleri

1. Genelde dinlenme, spor ve kültürle ilgili bir faaliyet olan turizm, bireysel ve kolektif organizasyonun bir unsuru olarak açık görüşlülükle gerçekleştirildiğinde, kendini eğitme ve toplum/kültürler arası farkları öğrenmek açısından önemli fırsattır.

2. Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır.

3. Hangi şekilde olursa olsun insan sömürüsü, özellikle cinsel açıdan ve çocuklara uygulandığında, turizmin temel amaçlarına karşıdır. Bu turizmin bir eksikliğidir. Tüm ülkeler tarafından gerekli yasal önlemler alınarak, yasaklanmalı ve cezalandırılmalıdır.

4. Din, sağlık, eğitim, kültür, dil öğrenme amaçlı seyahatler, turizmin yararlı türleridir ve teşvik edilmelidir.

5. Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel faydalarının ve getirdiği risklerin ülkelerin eğitim programlarına alınması desteklenmelidir.

Bölüm 3: Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm

1. Turizmin gelişmesinde bütün taraflar, sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme perspektifinde doğal çevreyi korumakla yükümlüdür. İhtiyaçların giderilmesinde gelecek nesiller dikkate alınmalıdır.

2. Kaynak tasarrufu, özellikle de su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık azaltan yöntemlere öncelik tanıyan turizm türleri, ulusal/bölgesel/yerel kamu yetkililerince teşvik edilmelidir.

3. Okul tatilleri gibi turist akışının arttığı dönemler, turizmin çevre üzerindeki etkisini azaltacak şekilde düzenlenmelidir.

4. Turizm altyapısı ve faaliyetleri, ekosistem, bioçeşitlilik ve vahşi yaşamın korunmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır.

5. Doğa turizmi ve ekoturizm, turizmin gelişmesi ve zenginleşmesinde rol oynayan temel unsurlar olarak kabul edilmelidir.

Bölüm 4: Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm

1. Turizm eserleri, insanoğlunun ortak mirasıdır.

2. Turizm politikası ve turizm faaliyetleri, sanatsal/arkeolojik/kültürel mirasa saygı içinde gelecek nesiller dikkate alınarak yürütülmelidir. Müzeler, anıtlar, tarihi

kalıntılar özel korumaya alınmalıdır. Özel mülke ait kültürel mirasın halka açılması, sahiplerinin izniyle, desteklenmelidir.

3. Kültürel alanların ziyaretinden elde edilen gelirin en azından bir bölümü, bu alanların korunması ve geliştirilmesi için kullanılmalıdır.

4. Turizm faaliyetleri, geleneksel kültürel ürünlerin bozulması ya da standardize edilmesi yerine, yaşaması ve gelişmesine olanak verecek şekilde programlanmalıdır.

Bölüm 5: Ülke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm

1. Yerel nüfus, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarından, özellikle de turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdamdan yararlanmalıdır.

2. Turizm politikaları, ziyaret edilen bölgedeki yaşam standardının yükseltilmesine katkıda bulunacak şekilde uygulanmalıdır. Turizm tesislerinin planlanması, mimarisi ve işletilmesi yerel ekonomik ve sosyal dokuya entegre olacak şekilde yürütülmelidir. Yetenekler eşit olduğunda, yerel işgücü tercih edilmelidir.

3. Sorunlu kıyı bölgeleri, adalar, kırsal alanlar gibi ekonomik faaliyetlerin yeterince gelişmediği bölgelerde turizm, refah yaratan bir araç olarak dikkate alınmalıdır.

4. Turizm yöneticileri, özellikle yatırımcılar, gerçekleştirecekleri projelerin çevre ve doğal yaşama etkisini inceleyen araştırmalar yapmalıdırlar. Şeffaflık ve nesnellik içinde, yapmayı planladıklarını yerel halkla paylaşmalı, projelerin olası sonuçları hakkında halkı bilgilendirmelidirler.

Bölüm 6: Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri

1. Turizm yöneticileri, turistlere gidecekleri yer, seyahat koşulları, konaklama tesisi hakkında gerçekçi bilgiler sağlamakla yükümlüdür. Kontratta taahhüt edilen doğa, fiyat ve hizmet kalitesiyle ilgili herhangi bir ihlal durumunda, ödenecek tazminatla ilgili açık ve anlaşılır hükümler bulunmalıdır.

2. Turizm yöneticileri, kamu görevlileriyle işbirliği yaparak, turistlerin güvenliği ve sağlığını güvence altına almakla yükümlüdür. Bu amaçla bir sigorta ve acil yardım

sistemi kurulmasına ihtiyaç vardır. Bu konulardaki eksiklikler maddi tazminat ödenmesini gerektirir.

3. Turizm yöneticileri, turistlerin kültürel ve dini vecibelerini yerini getirmesine yardımcı olmalıdırlar.

4. Turist gönderen ve ağırlayan ülkelerin kamu görevlileri, turizm yöneticileri ve onların üye oldukları organizasyonlarla işbirliği içinde, tur düzenleyen firmanın iflası durumunda turistlerin ülkelerine dönmelerini sağlamalıdır.

5. Hükümetler, vatandaşlarını dünyanın değişik bölgelerinde meydana gelen olaylar hakkında bilgilendirmek, uyarmak hakkına/görevine sahiptir. Ancak bu bilgilendirme önyargı ve abartmadan uzak olmalı, destinasyon ülkelerine ya da kendi tur operatörlerine zarar verecek nitelik taşımamalıdır. Seyahat danışmanları ilgili ülkenin yetkilileriyle görüşerek, (varsa) tehlikenin gerçek boyutları hakkında uyarılarda bulunmalı veya normal şartlara dönüldüğü açıklanmalıdır.

6. Basın, özellikle de turizm basını, dünyadaki turizm hareketlerini değiştirecek olaylar hakkında doğru ve dengeli bilgi vermelidir. Sürekli gelişen iletişim teknolojisi ve elektronik ticaret de, bu doğruluk ve güvenilirlik ilkesine sadık olmalıdır.

Bölüm 7: Turizme Katılma Hakkı

1. Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm insanlara açıktır. Yerel ve uluslararası turizm hareketine katılmak boş zaman değerlendirmesinin en iyi şekli olarak görülmeli ve her türlü engelleyici unsur ortadan kaldırılmalıdır.

2. Turizm hareketine katılmak, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde belirtilen dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak değerlendirilmelidir.

3. Sosyal turizm, özellikle de gruplar halinde yapılan turizm, kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmelidir.

4. Aile, gençlik, öğrenci, 3. yaş ve özürlülerin turizm hareketine katılması kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir.

Bölüm 8: Turizm Hareketinde Özgürlük

1. Turist, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi uyarınca kendi ülkelerinde ya da ülkelerarası seyahat etme özgürlüğüne sahiptir. Transit geçiş, konaklama ve kültürel alanları ziyaret sırasında gereksiz formalite ve farklı muamele görmemeleri gerekir.

2. Turist, yerel ya da uluslararası iletişim kurma, idari, adli, sağlık hizmetlerinden yararlanma, diplomatik kurallar gereği kendi ülkesinin dış temsilcilikleriyle bağlantı kurma haklarına sahiptir.

3. Turiste, ziyaret ettiği ülkede, kendisiyle ilgili özel bilgilerin gizliliği konusunda güvence verilmelidir.

4. Sınır geçişlerinde uygulanan vize, sağlık, gümrük işlemleri, uluslararası anlaşmalar dikkate alınarak mümkün olduğunca basitleştirilmeli; bu konuda ülkeler arasında ortak bir yöntem geliştirilmelidir. Turizm, sektördeki rekabeti baltalayan vergi ve harçlardan arındırılmalıdır.

5. Turist, uluslararası konvertibiliteye (çevrilgenlik) sahip para birimini kullanma hakkına sahip olmalıdır.

Bölüm 9: Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları

1. Turizm sektöründe ücretli veya kendi adına çalışanların temel hakları, sektörün mevsimsel, esnek ve uluslararası olma özellikleri de dikkate alınarak, yerel ve ulusal yönetim birimlerinin gözetiminde garanti altına alınmalıdır.

2. Turizmde ücretli ve kendi adına çalışanlar, eğitim, sosyal güvenlik, iş güvencesi, yaşam koşullarını iyileştirme gibi haklara sahip olmalıdır.

3. Gerekli yetenek ve donanıma sahip kişiler, ulusal yasal çerçeve dahilinde profesyonel anlamda turizmde faaliyet gösterme hakkına sahiptirler. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin sektöre girişinde yasal ve idari sınırlamalar asgariye indirilmelidir.

4. Turizmde çalışanlar arasında bilgi/deneyim alışverişi, sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası yasa ve anlaşmalarla söz konusu alışveriş kolaylaştırılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.

5. Turizmde faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin sektörü kontrol etmesi önlenmeli, bu şirketlerin bölgesel turizmin kalkınmasına yönelik yatırımlara yönelmeleri sağlanmalıdır.

6. Turist gönderen ve alan ülkelerde faaliyet gösteren firmaların ortaklıkları veya dengeli ilişkileri, sektörün sürdürülebilir gelişimine ve kazancın hakça dağılımına önemli katkı sağlamaktadır.

Bölüm 10: Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanması

1. Etik ilkelerin uygulanmasında kamu ve özel sektör işbirliği içinde olmalıdır.

2. Turizm sektöründeki tüm taraflar, turizmin geliştirilmesi, insan hakları, çevre, sağlık gibi konularda, uluslararası hukukun prensipleri dahilinde, başta Dünya Turizm Örgütü olmak üzere, uluslararası örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarını tanımaları ve izlemeleri gerekir.

3. Aynı taraflar, Turizmde Global Etik İlkelerin yorumlanması ve uygulanmasında ortaya çıkacak sorunların giderilmesinde bağımsız bir organ olan Turizmde Etik İlkeler Dünya Komitesi'ni tanımalıdır.

EK 2: ICOMOS Uluslararası Kültür Turizmi İlkeleri

İlke 1

İç ve uluslararası turizm kültürel alışveriş konusundaki önde gelen araçlardan biri olduğuna göre, koruma ev sahibi topluluğa ve ziyaretçilere yerel kültürel mirasla doğrudan temas kurmaları ve onu anlamaları için iyi yönetilen fırsatlar sunmalıdır.

1.1. Doğal ve kültürel miras, tarihi gelişimin hikayesini anlatan, somut ve tinsel bir kaynaktır. Çağdaş yaşamda önemli bir yeri vardır ve fiziksel, entellektüel ve duygusal olarak geniş kitlelerin erişimine açık olmalıdır. Kültür mirasın yerel halk ve ziyaretçiler tarafından anlaşılmasını ve takdir edilmesini kolaylaştıracak, fiziksel özelliklerinin, soyut yönlerinin, çağdaş kültürel anlatımların ve genel çerçevenin korunması ve yaşatılmasına yönelik programlar adil ve halkın ödeme gücüne uygun olmalıdır.

1.2. Doğal ve kültürel mirasın önemi, özelliklerine bağlı olarak farklılaşır; kimi alan evrensel düzeyde, kimi ulusal, bölgesel ve yerel değerdedir. Bu önem yerel halka ve ziyaretçilere çağdaş eğitim, medya, teknolojiden yararlanarak, uygun ve ulaşılabilir, heyecan verici programlarla, tarihi, çevresel ve kültürel bilginin kişisel yorumuyla sunulmalıdır.

1.3. Yorum ve sunum programları, doğal ve kültürel mirasın uzun süre yaşamasını sağlayacak üst düzey bilinçlenmenin ve desteğin oluşmasını kolaylaştırmalı ve cesaretlendirmelidir.

1.4. Yorum programları kültür mirası alanlarının, geleneklerin ve kültürel alışkanlıkların alanın ve ev sahibi halkın geçmişinde ve bugünkü yaşamındaki önemini, kültürel ve dil yönünden farklılık gösteren azınlık gruplarını da kapsayacak şekilde ele almalıdır. Ziyaretçi belirli bir kültür mirasına yüklenen değişik kültürel değerler konusunda bilgilendirilmelidir.

İlke 2

Kültür Mirası Alanları ile turizm arasındaki ilişki dinamiktir ve çatışan değerler söz konusu olabilir. Bu ilişki günümüz ve gelecek kuşaklar için sürdürülebilir bir biçimde yönetilmelidir.

2.1. Kültürel çeşitlilik ve sosyal gelişim için önemli bir temel oluşturan kültürel miras alanları, herkes için değerlidir. Yaşayan kültürlerin, kültürel alanların, koleksiyonların fiziksel ve ekolojik bütünlüklerinin, çevresel çerçevelerinin uzun erimli korunması ve yaşatılması, sosyal, ekonomik, politik, yasal, kültürel ve turizm gelişim politikalarının temel bileşenlerinden olmalıdır.

2.2. Kültür mirası kaynakları veya değerleri ile turizm arasındaki ilişki dinamiktir; sürekli değişirken, fırsatların yanı sıra riskler ve çatışma yaratır. Turizm projeleri, etkinlikleri ve gelişmeleri olumlu sonuçlar vermeli; ziyaretçinin gereksinim ve istekleri karşılanırken, kültür mirası ve yerel halkın yaşam tarzı üzerinde oluşacak olumsuz etkiler en aza indirgenmelidir.

2.3. Koruma, yorum ve turizm geliştirme projeleri söz konusu yerin kültürel değerlerinin özel, fakat genellikle karmaşık veya çatışan yönlerinin çok iyi anlaşılması üzerine kurulmalıdır. Bu değerin anlaşılması ve takdir görmesi yönünde bir gelişme sağlamak için, araştırma ve danışma süreçlerinin sürdürülmesi önemlidir.

2.4. Kültür varlığı değeri taşıyan yerlerin ve koleksiyonların özgünlüğünün korunması önemlidir. Bu onların geçmişten kalan maddi varlıkları, barındırdıkları anılar ve soyut geleneklerinde anlatım bulan kültürel önemlerinin temel bileşenidir. Kültürel mirasın daha iyi anlaşılmasına ve değerlendirilmesine katkıda bulunmak için hazırlanan programlar tarihi alanların ve kültürel deneyimlerin özgünlüğü açıklamalı ve yorumlamalıdır.

2.5. Turizmi geliştirme ve altyapı projeleri kültür mirası alanlarının estetik, sosyal ve kültürel boyutlarını, doğal ve kültürel peyzaj değerlerini, biyolojik çeşitlilik özelliklerini ve daha geniş ölçekte görsel çerçevesini dikkate almalıdır. Yerel malzeme kullanımı tercih edilmeli, yerel mimari üsluplar veya sivil mimari gelenekleri gözetilmelidir.

2.6. Kültürel alanların turizme açılmasından önce, yönetim planları yapılarak, kaynağın doğal ve kültürel değerleri saptanmalıdır. Daha sonra, özellikle artan ziyaretçi sayısının yerin fiziksel özellikleri, bütünlüğü, ekolojisi, biyolojik çeşitliliği, yerel erişilebilirlik, ulaşım sistemleri ve ev sahibi topluluğun sosyal, ekonomik ve kültürel esenliği üzerinde yaratacağı değişimin kabul edilebilir sınırları belirlenmelidir. Eğer olası değişim kabul edilen sınırı aşıyorsa, öneri proje gözden geçirilmelidir.

2.7. Turizm faaliyetlerinin ve gelişiminin belirtilen yer veya topluluk üzerindeki etkilerini değerlendirmek üzere, sürekli izleme programları oluşturulmalıdır.

İlke 3

Kültür Mirası Alanları için yapılan Koruma ve Turizm Planlaması, ziyaretçi deneyiminin kayda değer, memnun edici ve keyifli olmasını sağlamalıdır.

3.1. Koruma ve turizm programları ziyaretçinin değerli kültürel özelliklerini anlamasını ve koruma gerekliliğini kavramasını sağlayacak biçimde, üst düzeyde bilgi sunmalı, ziyaretçinin hoşça vakit geçirmesine olanak sağlamalıdır.

3.2. Ziyaretçiler, istedikleri takdirde, alanı kendi tercih ettikleri hızda dolaşabilmelidir. Alanın bütünlüğü ve fiziksel yapısı, doğal ve kültürel özellikleri üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirgemek için özel dolaşım rotaları belirlenmesi gerekebilir.

3.3. Dini alanların, tören ve geleneklerin kutsallığına saygı gösterilmesi alan yöneticileri, karar vericiler, plancılar ve turizm operatörleri için önemli bir konudur. Ziyaretçilerin ev sahibi topluluğun değerlerine ve yaşam tarzına saygı gösteren, hırsızlık ve kaçakçılık gibi olaylardan uzak duran, sorumlu bir tavır içinde olmaları, tekrar geldiklerinde dostça karşılanabilecek, saygı gören misafirler gibi davranmaları desteklenmelidir.

3.4. Turizm etkinlikleri için yapılacak planlama ziyaretçileri memnun edecek konfor, güvenlik ve sağlık koşulları sunmalı; ancak bunlar alanın önemli fiziksel veya ekolojik özelliklerini olumsuz yönde etkilememelidir.

İlke 4

Ev sahibi topluluklar ve yerli halk koruma ve turizm için yapılacak planlamaya katılmalıdır.

4.1. Bölgesel ve yerel düzeyde, ev sahibi topluluğun, mülk sahiplerinin ve ilgili yerel halkların kendi toprakları ve bölgenin önemli yerleri üzerindeki hak ve menfaatleri saygı görmelidir. Yerli halk kendi kültürel kaynaklarının, kültürel eylemlerinin ve çağdaş ifadelerinin turizm çerçevesinde tespiti, korunması, yönetimi, sunumu ve yorumlanmasının planlanması sürecinde, hedef, strateji, politika ve protokollerin belirlenmesinde yer almalıdır.

4.2. Belirli bir yer veya bölgenin kültür mirası evrensel bir boyuta sahip olsa da, bazı toplulukların veya yerel halkın ihtiyaçlarına, belirli kültürel uygulamalara, bilgiye, inançlara, etkinliklere, nesnelere veya alanlara erişimi kısıtlama veya kendi yönetme isteklerine saygı gösterilmelidir.

İlke 5

Turizm ve koruma etkinlikleri ev sahibi topluluğa yarar sağlamalıdır.

5.1. Karar vericiler turizm yararlarının ülkeler veya bölgeler arasında eşit biçimde dağıtılmasını sağlayacak, sosyo-ekonomik düzeyi geliştirecek ve gerekli yerlerde yoksullukla savaşa katkıda bulunacak önlemler geliştirmelidir.

5.2. Koruma yönetimi ve turizm etkinlikleri yerel halkın kadın ve erkeklerine her düzeyde eğitim ve öğretim, tam zamanlı iş olanakları sağlayarak, hakça dağıtılan ekonomik, sosyal ve kültürel yararlar sunmalıdır.

5.3. Tarihi yerler için hazırlanan turizm programlarından elde edilen gelirlerden önemli bir kısmı o yerlerin doğal ve kültürel çerçevelerini de kapsayacak koruma ve sunuş çalışmalarına ayrılmalıdır. Ziyaretçiler gelirlerin ne şekilde kullanıldığı konusunda, mümkün olduğunca, bilgilendirilmelidir.

5.4. Turizm programları rehber ve çevirmenlerin yerel halktan seçilerek eğitilmelerini teşvik etmeli; böylece yerel halkın yeteneklerinin kendi kültürel değerlerini sunmak ve yorumlamak yönünde geliştirilmesini desteklemelidir.

5.5. Yerel halk için hazırlanacak kültürel miras yorumlama ve eğitim programları yerel yorumcuların katılımını desteklemelidir. Programlar yerel kültürel miras hakkındaki bilgiyi ve ona duyulan saygıyı arttırmalı, yerel halkın kültürel mirasın bakımı ve korunması konusuyla doğrudan ilgilenmesini cesaretlendirmelidir.

5.6. Koruma yönetimi ve turizm programları karar vericiler, plancılar, araştırmacılar, tasarımcılar, mimarlar, yorumcular, korumacılar ve turizm operatörlerine yönelik eğitim ve alıştırma fırsatları sunmalıdır. Katılımcılar meslektaşlarının zaman zaman karşılaştıkları karmaşık konuları, fırsatları ve sorunları anlamak ve çözümlemek konusunda cesaretlendirilmelidir.

İlke 6

Turizm teşvik programları Doğal ve Kültürel Miras değerlerini korumalı ve geliştirmelidir.

6.1. Turizm tanıtma programları gerçekçi beklentiler yaratmalı ve alanı ziyaret etmeyi düşünenlere söz konusu yerin ve ev sahibi topluluğun kültürel miras değerleri hakkında bilgi vermeli, böylece ziyaretçilerin alanda uygun şekilde davranmaları sağlanmalıdır.

6.2. Kültür mirası değeri taşıyan yerler ve önemli koleksiyonların özgünlüklerinin korunması ve ziyaretçi deneyiminin geliştirilmesi amacıyla, tanıtım ve yönetim faaliyetleri, ziyaretçi sayısında dalgalanmaları önleyecek ve aşırı sayıda ziyaretçinin bir arada olmasını engelleyecek biçimde yürütülmelidir.

6.3. Turizm tanıtma programları, ziyaretçileri bölgenin veya yörenin doğal ve kültürel özelliklerini daha kapsamlı olarak tanımaya teşvik ederek, turizmin sağladığı yararların geniş bir alana yayılmasını sağlamalı ve daha popüler yerler üzerindeki baskıyı azaltmalıdır.

6.4. Yerel elişleri ve diğer ürünlerin tanıtımı, dağıtılması ve satışı ile yerel topluluğa uygun bir sosyal ve ekonomik kazanç sağlanırken, kültürel bütünlüklerinin bozulmaması güvence altına alınmalıdır.

EK 3: Görüşme Soruları

1) Edirne'deki mevcut turistik ürünler ve çekicilikler nelerdir?

2) Edirne en çok hangi dönemde turist çekiyor ve en çok hangi amaçla Edirne'ye turist geliyor?

3) Edirne turistik açıdan yeterli altyapı/üstyapı ve diğer turistik destinasyonlar karşısında turizmden aldığı payı arttırmak için yeterli rekabet gücüne sahip mi?

4) Turistlerin Edirne'ye ulaşımı (ulaşılabilirliği) kolay mıdır?

5) Edirne bir imaja sahip midir? (Edirne dendiğinde turistin zihninde bir resim oluşuyor mu?)

6) Edirne'deki turistik ürün çeşitlendirmesi yeterli midir? Yeterli değilse neler yapılmalıdır? (Pazara hangi ürünler ile girilmelidir?)

7) Edirne'de özellikle kültürel mirasın ve diğer turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği için çalışmalar yapılıyor mu? Yapılıyorsa bunlara örnek verir misiniz?

8) Edirne'de turizm alanındaki paydaşlar (kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetim, üniversite ve yerel halk) arasında işbirliği yapılıyor mu? Yapılıyorsa örnek teşkil edecek çalışmalar nelerdir?

9) Edirne'de kültür turizmini geliştirmek ve Edirne'ye daha fazla turist çekmek için neler yapılmalıdır?

EK 4: Görüşme Yapılan Katılımcılar

1	Dursun Ali ŞAHİN	Edirne Valisi
2	Ahmet HACIOĞLU	Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürü
3	Ender BİLAR	Edirne Belediyesi Kültür Danışmanı
4	Emin İNAĞ	Edirne Esnaf ve Sanatkarlar Odası Başkanı / Lokanta Sahibi
5	Recep GÜRKAN	Edirne Belediye Başkanı
6	Hasan KARAKAYA	Edirne Müzesi Müdürü
7	Hakan AKINCI	II. Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi Müdürü
8	Recep ZIPKINKURT	Edirne Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı
9	Emel Gönenç GÜLER	Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm – Otelcilik Bölümü Başkanı
10	Kerim YURK	Edirne Haber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni
11	Sami GÜLTEKİN	Edirne Tarih Turizm ve Kültür Derneği Başkanı
12	Ratip KAZANCIGİL	Turizm ve Tanıtım Derneği Kurucusu/ Edirne Kent Tarihi Araştırmacısı
13	Gökhan BALTA	Turizm ve Tanıtım Derneği Başkanı/ Balta Otel Sahibi – Müdürü
14	Hakan UYSAL	RYS Otel Müdürü
15	Ercan ÖZCAN	Hotel Edirne Palace Müdürü
16	Bilal SAYAN	Mihran Hanım Konağı Müdür Yardımcısı
17	Edibe YÜCELEN	Korur Turizm Acente Müdürü
18	Kemal KILIÇ	Bora Turizm Acente Müdürü
19	Tolga YENİKESKİN	EDN Travel Acente Müdürü

EK: 5 Tema ve Kod Listesi

MEVCUT TURİSTİK ÜRÜNLER VE ÇEKİCİLİKLER	TURİSTLERİN GELİŞ AMACI VE DÖNEMİ	ALTYAPI/ÜSTYAPI VE REKABET GÜCÜ
• Tarihi Eserler • Yiyecek-İçecek (Tava ciğeri, beyaz peynir, Kavala kurabiyesi, badem ezmesi,vb.) • Selimiye Camii ve Külliyesi • Geleneksel El Sanatları (Edirnekari, ebru sanatı, mis sabunu, vb.) • Kırkpınar Yağlı Güreşleri • İnanç Turizmi • II.Bayezid Külliyesi Sağlık Müzesi • Taş Köprüler • Nehirler(Meriç, Tunca, Arda) • Hıdrellez-Kakava Şenlikleri • Festivaller • Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmış olması • Sınır kenti olması • Ulaşımın kolay olması • Farklı inanç gruplarına ev sahipliği yapması • UNESCO eserlerinin olması (Selimiye Camii ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri)	• Kültür ve inanç turizmi • Nisan-Eylül arası • Günübirlik • Hafta sonu	• Otopark sayısı yetersiz • Kanalizasyon yetersiz • Saray yemeklerini yapan lokanta yok • Görüntü ve gürültü kirliliği • Nitelikli personel sayısı yetersiz • Rekabet potansiyeli var • Rekabet gücü yok • Yatırımlar yetersiz • Altyapı ve üstyapı yetersiz • Teşvik kanunundan yararlanamıyor

ULAŞIM (ULAŞILABİLİRLİK)	İMAJ	TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME
• Çok kolay • İstanbul, Çorlu, Yunanistan ve Bulgaristan çok yakın • Havaalanı ve hızlı tren ihtiyacı var	• Olumlu • Selimiye Camii ve Kırkpınar Yağlı Güreşleri ile biliniyor • Yeşil, temiz ve tarihi kent	• Yeterli değil • Nehirler Turizme Açılmalı – Su Spor ve Aktiviteleri yapılmalı • Nehirlerin etrafına lokantalar açılmalı • Tarihi- Kültürel alanlar turizme açılmalı • Sağlık Turizmi • Edirne/Saray mutfağı yemekleri • Alışveriş Turizmi • Eğitim Turizmi • Kongre Turizmi • Helva Sohbetleri • Osmanlı Düğün Geceleri • Roman Kültürü • Trak ve Balkan Savaşları Müzesi
KÜLTÜREL MİRASIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ	PAYDAŞLAR ARASI İŞBİRLİĞİ	KÜLTÜR TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİ
• Restorasyon çalışmaları • Geleneksel el sanatları (mis sabunu, Edirnekari, aynalı süpürge,...) kursları düzenlenmesi • Halka, esnafa ve öğrencilere seminerler ve konferanslar düzenlenmesi	• Özel sektöre göre iş birliği yapılmıyor • Kamu kurumları, yerel yönetim ve STK'lara göre işbirliği yapılıyor	• Altyapı ve üstyapı iyileştirilmeli • Paydaş işbirliği • Kent Belleği Müzesi • Edirne Sarayı Ören Yeri projesi • Tarihi konakların restorasyonu • Otellerin kapasite ve kalitelerinin yükseltilmesi • Nehirlerin ıslahı ve taş köprülerin ışıklandırılması • Turistik ürün çeşitlendirmesi • Esnafa turizm bilinci oluşturmak