

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Proje İsmi: İki Ülke Bir Güzergah CB005.1.22.134

Konuşmacı: Öğr. Gör. Koray GENÇ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Uzunköprü - Ekim 2017

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Destinasyon

Destinasyon kelimesi turizm merkezi, turizm alanı, turizm bölgesi, turistik istasyon, varış noktası anlamlarına gelmektedir. Ancak bu kelimeler tam anlamıyla anlatılmak isteneni anlatmadığı için sıklıkla destinasyon kelimesi kullanılmaktadır. Destinasyon kavramı üzerine literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Kısaca destinasyon; "gidilecek yer anlamı taşımaktadır"

Bir destinasyon büyük bir kıta, bir ülke olabileceği gibi küçük bir şehir hatta kasaba bile olabilmektedir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Herhangi bir yerin turizm aktivitelerinin gerçekleştiği bir destinasyon olabilmesi için belirli özelliklere sahip olması gerekmektedir. Aksi takdirde tüketicilerin ihtiyaçlarına yeterince karşılık verilebilmesi mümkün değildir. Destinasyonda olması gereken tüm unsurları altı temel başlık altında toplanmaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Çekicilikler
- ✓ Ulaşılabilirlik
- ✓ Olanaklar
- ✓ Ürün Paketleri
- ✓ Aktiviteler
- ✓ Yan hizmetler

Yandaki temel unsurlardan en önemlileri çekicilikler olduğu söylenebilir. Kısaca belirtmek gerekirse çekicilikler, turistlerin destinasyona gelmesini sağlayan doğal ya da insan yapımı unsurlardır. Çekicilikler bir destinasyonu diğer destinasyonlar karşısında ön plana çıkartır ve turistler açısından bir çekim faktörü işlevi görmektedirler.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Temel destinasyon çekicilikleri

- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Doğal Kaynaklar
- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Eğlence ve Alışveriş İmkanları
- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Spor Faaliyetleri

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Tarihi ve Kültürel Özellikler
- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Etkinlikler
- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Sağlık İmkanları
- ✓ Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Mutfak Kültürü

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Destinasyonda Örgütlenme

Öncelikle paydaş kavramı,
Paydaş destinasyon açısından belirli bir problem alanı ile ilgilenen bireyler, gruplar veya kuruluşlar olarak ifade edilmektedir. Bir çalışmaya göre toplam otuz iki turizm paydaşının varlığından söz edilmektedir.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

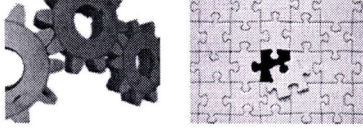
PARTNERSHIP

Günümüz rekabet ortamında değişen şartlara uyum sağlayabilmek, her açıdan sürdürülebilir bir destinasyon oluşturabilmek ve gelen turistlerin tatmin edilmesi için tüm turizm paydaşları arasında işbirliğine ihtiyaç vardır.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

- ✓ Domino
- ✓ Puzzle
- ✓ Çark



Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Peki nasıl bir örgütlenme?

Destinasyon için örgütlenme ile belirtilmek istenen dikey örgütlenme biçimidir. Genel olarak uygulanan sektörel meslek örgütlenmesi şeklindeki yatay örgütlenmeler destinasyonun isteklerine cevap verememektedir. Turizmde ve destinasyonlarda çok fonksiyonelli ve sektörlü dikey örgütlenmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Dikey örgütlenmeyle tüm paydaşların bir araya getirilmesi ve ortak gayelere yönelik çalışması sağlanabilir.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

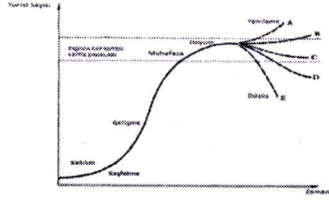
Dünya üzerinde turizmin tek bir elden yani bakanlık düzeyinde yönetilmesi fikri terk edilmeye başlanmıştır. Zira Dünya Turizm Örgütü'nün ülkelere sürekli önerdiği Türkçe' si Destinasyon Yönetim Örgütü (DYO) olan Destination Management Organization (DMO) modeli bakanlık merkezli yönetime alternatif bir yönetim şeklidir.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Fakat örgütlenmeye kimlerin dahil olacağı ve kimin liderliği üstleneceği konusu üzerinde durulması gereken önemli bir sorundur. Bu konuda destinasyonun içinde bulunduğu aşamaya dikkat etmek gerekir. Örneğin turizm alanında yeni ve gelişmekte olan destinasyonlar için kamunun önderliğinde bir örgütlenme makul olabilirken, yeterli derecede gelişmiş ve turizmin önemli bir endüstri olduğu destinasyonlarda kamunun katılımının ve etkisinin azaltılması ve özel sektörün lokomotif rolünü üstlenmesi gerekmektedir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Destinasyon yönetim örgütlenmesinde karşılaşılan sorunlar,

- ✓ Yerel girişimlerin amaçlarının farklılığı,
- ✓ İlişkilerin karmaşıklığı,
- ✓ Turistik ürün ve hizmetlerin çeşitliliği,
- ✓ Mülkiyetlerin farklı kurum, kuruluş ve firmalarda olması.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

İşbirliği için gerekli görülen koşullar,

- ✓ Paydaşların bağımsız olduklarına inanmaları,
- ✓ İşbirliğinden fayda sağlamaları,
- ✓ Kararların gerçekleştirilebilir olması,

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

İşbirliği için gerekli görülen koşullar,

- ✓ Temel grupların sürece katılımı,
- ✓ İşbirliğinin liderinin uzman ve otoritesi kabul gören bir kişi veya kurum olması,
- ✓ Yerel halkın sürece dahil edilmesi.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Örnek Destinasyon Yönetim Örgütü Uygulamaları (Barselona ve Londra Örneği)

Günümüz turizm piyasasında ulusal ve yerel düzeyde faaliyet gösterip başarılı olan bir çok destinasyon yönetim örgütü bulunmaktadır. Ulusal düzeyde başarılı destinasyon yönetim örgütlerine verilebilecek örnekler arasında Fransa, Avusturya, Avustralya gibi ülkelerdeki oluşumlar, yerel ölçekte ise Barselona, Londra, Montreal, Viyana ve Amsterdam kentlerindeki oluşumlar sayılabilir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Turisme de Barcelona

Turisme de Barcelona kurumunun ele alınmasının en önemli sebebi, turizm piyasasında uygulamış ilk destinasyon yönetim örgütü örneklerinden oluşu ve başarısıdır. Bu kurumun başarısı Dünya Turizm Örgütü tarafından da onaylanmış ve tüm yerel destinasyonlara örnek olarak gösterilmektedir

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Turisme de Barcelona, bir turist destinasyonu olarak Barselona'nın büyümesi için yönergeler ve operasyonel organizasyon kurmak adına Barselona Ticaret Odası, Barselona Belediyesi ve Tanıtma Vakfı'nın bir araya gelmesiyle oluşturulmuş bir kurumdur. Ayrıca özel sektör şirketlerinin de oluşuma katkıları bulunmaktadır. Kısacası bu oluşum yerel kurumlar arasında yürürlüğe sokulan basit bir özel işbirliği protokolünden ibarettir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Genel Konsey üç Başkan Yardımcısı ve yirmi altı üyeden oluşmaktadır. Bunlar Barselona Belediye Meclisi tarafından atanan on bir temsilci, Ticaret Odası tarafından atanan on iki temsilci, Konsorsiyumun Genel Müdürü ve Barselona Tanıtma Vakfından üç işveren.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Kurumun bütçesi

Kurumun bütçesine gelince, bütçenin %93' ü Turisme de Barcelona'nın öz kaynaklarından sağlanmaktadır. Bütçenin kalan %7' lik kısmı ise Belediye Meclisi ve Ticaret Odası tarafından sağlanan sabit tutardır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Öz kaynak olarak kurum tarafından ziyaretçilerin seyahatine en iyi şekilde yardımcı olmak için hazırlanmış; kent içi turlar, hediyelik eşya vb. turizm ürünleri ifade edilmektedir. Ziyaretçilere yönelik sunulan bu turizm ürünleri sayesinde faaliyetler için bütçe oluşturulur.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Kurumun amaç ve stratejileri aşağıdaki gibidir.

- ✓ Sektörün finansal etkisini artırmak ve yüksek harcama gücüne sahip turisti çekmek,
- ✓ Turistik çekicilik olarak kendi kimliğini teşvik etmek,

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Turist ve yerel toplumu uzlaştırmak,
- ✓ Turizmin coğrafi ve birden çok sektöre dağılımını sağlamak,
- ✓ Kamu- Özel tanıtım modelini güçlendirmek

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Visit London

İngiltere turizm yönetimini yerel olarak incelediğimizde karşımıza çok büyük önem taşıyan ve destinasyon yönetim örgütü olarak faaliyet gösteren Regional Tourism Boards(Bölgesel Turizm Kurulları) isimli kuruluşlar çıkmaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Visit London

Bunların en önemlisi Londra' da faaliyet gösteren Visit London' dur. Çünkü Londra destinasyonu hemen hemen İngiltere turist sayısının yarısına ev sahipliği yapmakta ve İngiltere turizminin lokomotifidir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Visit London 1963 yılında turizm organizasyonu olarak kurulmuş olan özel limited şirkettir. Kuruluş, başkan yönetimindeki 70 personelden oluşmaktadır. Kuruluşun bütçesini ortaklık katılım payları, çeşitli ticari faaliyetler ve merkezi turizm kuruluşu, Londra Belediyesi, Londra Kalkınma Ajansı, Visit Britain gibi kamu kurum ve kuruluşlardan sağlanan fonlar oluşturmaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Bütün çalışmalarda amaç sadece ziyaretçi ekonomisini büyütmek ve yönetmek değil aynı zamanda Londra'nın alt bölgeleri, işletmeleri ve yerel halkı arasında faydaların dengeli dağıtılması üzerinedir. Kuruluş araştırmalar yapmak, tanıtım ve pazarlama stratejileri geliştirmek, diğer aktörler ile ortaklıklar kurmak, yayınlar çıkarmak ve basında Londra hakkında haberler çıkarmak gibi faaliyetlerde bulunmaktadır.

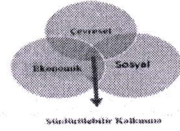
Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE TURİZM ANLAYIŞI

Çevre ve kalkınmanın dengeli gelişimini anlatan sürdürülebilir kalkınma, insanlığın temel gereksinimlerinin karşılanması, herkes için yaşam standartlarının iyileştirilmesi ve güvenli bir geleceğin sağlanmasını içermektedir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Sürdürülebilir kalkınma kavramının ekonomik, sosyal ve ekolojik olmak üzere üç boyutu bulunmaktadır.



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Ekolojik boyut içeriği

- ✓ Taşıma kapasitesini göz önünde bulundurmak,
- ✓ Kaynakları korumak ve geri dönüştürmek
- ✓ Atık miktarını azaltmak

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Ekonomik boyut içeriği,

- ✓ Ekonomik büyümeyi sürdürmek,
- ✓ Pazarı genişletmek,
- ✓ Maliyetleri azaltmak ve kar maksimizasyonu.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Toplumsal boyut içeriği,

- ✓ Yerel düzeyde kendi kendine yetebilmeyi sağlamak,
- ✓ Fırsat eşitliği oluşturmak,
- ✓ Katılımı ve sorumluluğu garanti altına almak.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Sürdürülebilir turizm ise turistlerin ve yerel halkın gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinden ödün verilmeden karşılanmasıdır.

- ✓ Tüm kaynaklar gelecek düşüncesiyle koruyarak kullanılmalıdır.
- ✓ Turizm gelişimi destinasyonda çevresel ve sosyokültürel sorunlara neden olmayacak şekilde planlanmalı ve yönetilmelidir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Yüksek turist doyumunu için destinasyonun pazarlanabilirliği ve popülerliği devam ettirilmeli.
- ✓ Turizmden elde edilen fayda toplum içinde daha geniş kesimlere yayılmalıdır.



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Dünya Turizm Örgütü'ne göre sürdürülebilir turizmin hedefleri aşağıdaki gibidir.

✓ Ekonomik Sürneklik	✓ Kaynak verimliliği
✓ İstihdam kalitesi	✓ Çevresel temizlik
✓ Yerel refah	✓ Toplumsal refah
✓ Yerel katılım	✓ Fiziki bütünlük
✓ Kültürel zenginlik	✓ Sosyal eşitlik
✓ Biyolojik çeşitlilik	

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Yanlış anlaşılmalr...

- ✓ Sürdürülebilir turizm bir turizm çeşidi olmayıp bir anlayışın ifadesidir.
- ✓ Sürdürülebilir turizm ekoturizm, alternatif turizm gibi kavramlarla sıklıkla eşdeğer sayılmaktadır. Ekoturizm doğaya karşı sorumlu şekilde yürütülen ve sürdürülebilir turizme anlayışının gerçekleştirilmesine sadece araç olan bir faaliyetir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Sürdürülebilir turizm ilkeleri ideal olanın arayışdır ve dolayısıyla olumsuz etkileri en üst düzeyde hissedilen kitle turizminde dahi geçerlidir (Kitle turizmini bitirmeyi amaçlamamaktadır).
- ✓ Bazı kesimlerce sürdürülebilir turizm, çevreye duyarlı turizm talebini çekebilmek adına destinasyonların ve işletmelerin uyguladığı bir pazarlama stratejisinden ibarettir. (Tartışılmaya açık bir görüş).

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Taşıma kapasitesi

Bir alanın normal kullanım için elverişli ziyaretçi sayısını ifade etmektedir. Taşıma kapasitesi için elverişli ziyaretçi sayısı her destinasyon için değişmekle birlikte net bir şekilde ölçüm yöntemi bulunmamaktadır. Özellikle gelişmekte olan destinasyonlarda sürdürülebilir kalkınma için kilit öneme sahip olan taşıma kapasitesinin ekolojik ve sosyal kapsamı bulunmaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Ekolojik taşıma kapasitesi, bölgenin ekolojik kaynaklarında bozulma olmadan barındırabileceği turist sayısını; sosyal turizm kapasitesi ise, turistlere karşı bölge halkının hoşgörü düzeyinin sınırını tanımlamaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Sosyal taşıma kapasitesinin aşıldığının göstergeleri

- ✓ Yerel halk ve turistlerin kıt kaynaklar için mücadele etmesi,
- ✓ İşletmelerden yerel halkın faydalanamaması,
- ✓ Kültürel değerlerde yozlaşma, ticarileşme, standartlaşma

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Sosyal taşıma kapasitesinin aşıldığının göstergeleri

- ✓ Turistlerin harcama ve tüketim alışkanlıklarının kıskançlık yaratması,
- ✓ Yabancı ve yerli iş gücü arası ücret ve statü farkı.
- ✓ Adli suçların çoğalması (hırsızlık, çocuk işçi, uyuşturucu satışı, fuhuş)

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

Barcelona Çılgılığı!!!



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

İtalya'dan güzel bir örnek (Cinque Terra)

1997 yılından bu yana Dünya Miras Listesinde yer alan Cinque Terra, 1999 yılında milli park ilan edilmiş bir destinasyondur. Destinasyon bölgenin kültürünü, tarihsel mirasını ve doğal çevresini korumak amaçlı sürdürülebilir turizm projesiyle dikkat çekmektedir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ Konaklama işletmelerinin sürdürülebilir uygulamaları gerçekleştirmeleri teşvik edilmekte,
- ✓ Destinasyonda ulaşım demiryolu ve yürüyüş yollarıyla sağlanmakta,
- ✓ Cinque Terra kartı uygulaması: Turistler 1-3-7 günlük konaklama kartlarından edinerek sınırsız şekilde demiryolunu kullanabilmekte, piknik alanlarını, botanik alanlarını ziyaret edebilmekte,

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- ✓ En fazla yedi gün konaklamaya izin verilmektedir,
- ✓ Kart satışından elde edilen gelir, yürüyüş yolları ve milli parkın korunmasına, turist, yerel halk ve işletmeleri bilgilendirme amacıyla basılan el kitaplarına harcanmaktadır.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

- Cinque Terra Turları
- ✓ Yürüyüş turları
- ✓ Bisiklet turları
- ✓ Su sporları turları
- ✓ Gastronomi turları
- ✓ Açık hava aktivitesi turları
- ✓ Cruise turları

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

KATILIMINIZ VE SABRINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİM...

Öğr. Gör Koray GENÇ



Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Proje İsmi: İki Ülke Bir Güzergah
CB005.1.22.134

Konuşmacı: Emel GÖNENÇ GÜLER
Uzunköprü - Ekim 2017

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

PROJECTS WITHOUT BORDERS

www.ipa-cbc.eu

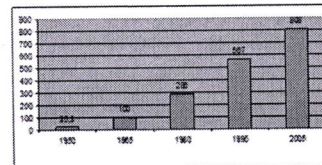


DÜNYA'NIN HIZLA GELİŞEN ENDÜSTRİSİ:
TURİZM



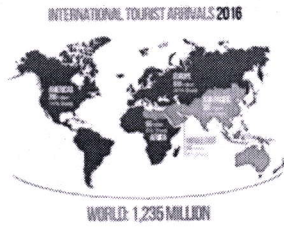
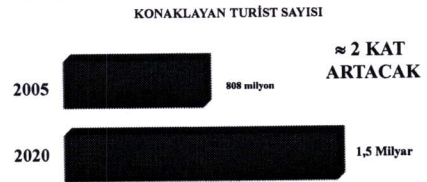
Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP



	TURİZT SAYISI	TURİZM GELİRİ	ORTALAMA
• 1980	286 milyon	105,3 milyar \$	368 \$
• 2005	808 milyon	659 milyar \$	815 \$
• Artış oranı	%282 (=3 kat)	%625 (=6 kat)	%222 (=2 kat)

ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ

DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ
2020 VİZYONUDÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ
2020 VİZYONUInterreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

2020 yılına kadar 1.6 milyar insana ulaşabileceğini tahmin ediyor (bunların 370 milyondan fazlası uzun mesafeli yolcular olacak).

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

TURİZM ÇÜNKÜ;

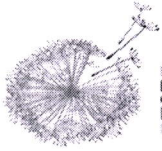
2016 yılında 300 milyon iş olanağı yaratarak,
toplam istihdamın %10'unu ve
global GSMH'nin %12'sini sağlamaktadır.

Turizm sektöründeki her %1'lik büyüme, 1
milyon yeni iş anlamına gelmektedir.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- Turistler tatile daha çok zaman ayrılacak,
- E-turizm daha da gelişecek
- Çoklu destinasyonlar (İKİ ÜLKE TEK HEDEF)daha çok tercih edilecek
- Yenilik ve çeşitlilik talebi artacak,
- 3 S'in (deniz-kum-güneş) YERİNE 3E (eğitim-eğlence- çevre) alacak,
- Uzun mesafeli mikro destinasyonlar ve deniz aşırı seyahatler artacak,
- Deneyimli, çevreci ve bilinçli turist grubu büyüyecek,
- 3.yaş grubu dünya nüfusunda ağırlık kazanacak,

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT

SÜRDÜRÜLEBİLİR ALTERNATİF TURİZM
Uluslararası Turist Yılı - Barışa Pasaport (1967),
Uluslararası Ekoturizm Yılı (2002)
2017 yılını "Gelişme İçin Sürdürülebilir Turizm Yılı" olarak ilan etti.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM
SORUMLU TURİZM
ÇEVRE KORUMALI TURİZM
SOFT TURİZM
EKOTURİZM

NEREYE GİDELİM?



ALTERNATİF TURİZM

- Deniz-Kum-Güneş turizminin bir doygunluğa ulaştığı, buna karşın alternatif turizmin kitle turizminden üç kat daha hızlı büyüyeceği tahmin ediliyor.
- 3S ile gelen turistin bıraktığı gelirin yüzde 80'i uçak, otel ve uluslararası şirketlere gidiyor.
- Kültür turlarında ise harcamaların yüzde 90'ı yerel ekonomilere kalıyor.
- Kültür turisti günde en az 100 dolar harcarken, kumsal turistin masrafı ise 54 dolar seviyesinde kalıyor.

14

Hangi turizm stratejisi?

- Doğa-kültür turizmi sunan Avustralya 5.3 milyon turist ağırlayıp, 23 milyar dolar gelir elde etti.
- Antalya 10 milyon ağırlayıp, 8 milyar dolar gelir sağladı. Doğası yıpranıp, kaynakları daha fazla tüketildi. Kazancı ise Avustralya'nın 3.5 kat altında kaldı...
- Amerika ve Avustralya'lı turistlerin üçte ikisi, Almanların yüzde 65'i, İngiliz turistlerin yüzde 90'ını tatil deyken doğayı koruma konusuna önem veriyor.
- İngiliz, Amerikalı ve Avusturyalı turistlere 'Çevre dostu, doğaya saygılı bir tesis diğerlerinden 150 dolar daha pahalı olsa kalır mısınız?' diye soruldu. Ankete katılanların yüzde 70'i "evet" yanıtı verdi.

15

ALTERNATİF TURİZMİN ÖZELLİKLERİ

- Kıyı-kitle turizminin rakibi değil, tamamlayıcısıdır.
- Tanıtımdaki payı yüksektir.
- Kültür kenti konseptli şehir planlamalarına imkan tanır.
- Sezonluk bir turizm çeşidi değildir.
- Butik otelsizliği yatkındır.
- Özellikle kruvaziyer turizmi ile doğru korelasyonludur.

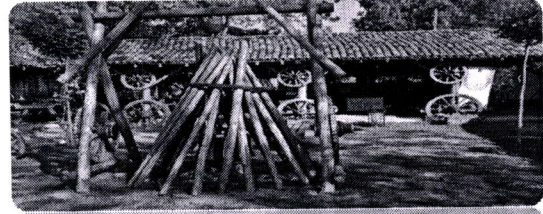
Böylelikle farklı toplumlar birbiri ile karşılaşır ve neticede farklı kültürler, etnik yapılar, dinler, yaşam tarzları, ve diller birbirini tanıır. Böylelikle hoşgörü ortamı oluşmaktadır.

16

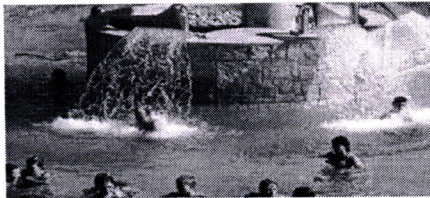
Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

- Alternatif Turizm Çeşitleri
eko-turizm
1 - Yayla Turizmi
2- Ornitoloji (kuş gözütleme) Turizmi
3- Foto safari
4- Çiftlik Turizmi
5- Botanik (bitki inceleme) Turizmi
6- İnanç Turizmi
7- Dağ ve Kış Turizmi
8- Av Turizmi
9- Termal Turizm
10- Mağara Turizmi

ÇİFTLİK TURİZMİ



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP



Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SWOT ANALİZİ NEDİR?

SWOT analizi, herhangi bir kuruluşun, örgütün, kamu kurumunun ya da özel sektör firmasının içsel durumunu ve onu çevreleyen dışsal faktörleri tahlil etmek için kullanılan yöntemlerden biridir. Bir anlamda, mevcut durumun, tüm yönleriyle, iç ve dış dinamiklerin de göz önünde bulundurulmasıyla, fotoğrafının çekilmesidir.

SWOT analizi sayesinde, kurumunuzun güçlü ve zayıf yönlerini açığa çıkarttığınız bir tabloya kavuşursunuz. Kurumunuzun yüzüze olduğu tehditleri ve fırsatları daha net görürsünüz. Böylece, kurumun güçlü yönleri üzerinde yoğunlaşır; zayıflıklarını azaltır; kuruma yönelik tehditleri bertaraf etmenin yollarını arar; fırsatlardan en büyük ölçüde yararlanmaya kilitlenirsiniz.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SWOT ANALİZİ NASIL UYGULANIR?

GÜÇLÜ YÖNLER:

Kuvvetli yönlerinizi ortaya çıkarırken başlıca dört temel soruya yanıt aranız:

- 1- Sahip olduğunuz avantajlar neler?
- 2- Neleri iyi yaparsınız?
- 3- Hangi kaynaklara kolay ulaşım imkanlarınız var?
- 4- Dışardan bakıldığında, sizin hangi yönlerinizi kuvvetli görür?

Örneğin:

- Son dönemlerde yapılan otel ve tesis yatırımları
- Gelişen hizmet anlayışı
- Misafirperverlik kültürü vb.

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SWOT ANALİZİ NASIL UYGULANIR?

ZAYIF YÖNLER:

Zayıf yönlerinizi ortaya çıkarırken başlıca üç temel soruya yanıt aranız:

- 1- Gelişirmeniz gereken (mükemmel olmayan) yönleriniz neler?
- 2- Neleri kötü yaparsınız?
- 3- Nelerden kaçınmalısınız?

Örneğin:

- Dil yetkinliğinin sınırlılığı
- Temel altyapı eksiklikleri
- Marka (kalite) değerinin çok yüksek olmaması

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SWOT ANALİZİ NASIL UYGULANIR?

FIRSATLAR:

Fırsatları algılamaya çalışırken temelde şu iki soruyu sorunuz:

- 1- İyi fırsatlar var mı? Nerede ve nasıl bulunur?
- 2- Etrafınızda gelişmekte olan süreçler ve eğilimler neler?

Örneğin:

- Dünyada daha çok kişinin seyahat etmesi
- Ulaşım altyapılarının gelişmesi
- İç turizmin gelişmesi,

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

SWOT ANALİZİ NASIL UYGULANIR?

TEHDİTLER:

Tehditleri algılamaya çalışırken şunları sorabiliriz:

- 1- İlerlemenizin önündeki engeller neler?
- 2- Daha iyi ve daha başarılı olmanın koşulları değişiyor mu?
- 3- Size zarar verici durumda olan faktörler neler?

Örneğin:

- Ulaşım altyapılarına yapılan yatırımların kesilmesi
- Dünyada yeni çekim merkezlerinin ortaya çıkması
- Seyahat eden dünya nüfusunun ucuz mal ve hizmete yönelmesi

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

TÜRKİYE TURİZMİ SWOT(GZFT) ANALİZİ

- Türkiye Turizminin Güçlü Yönleri (G)**
- DÖRT MEVSİMİN YAŞANMASI
 - Anadolu'nun zengin tarihi, kültürel mirası ve doğası ile turizm türlerinin çeşitliliği,
 - Türk insanının konukseverliği,
 - Turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus yapısı,
 - Özgeni sosyo-kültürel özellikler ve Doğu ile Batının egzotik bileşimi,
 - Ana pazarlardaki tanınmışlık/pazar payındaki yükseklik/Türkiye hakkında uzmanlaşmış seyahat organizatörlerinin ve uçak şirketlerinin varlığı,
 - Uzak pazarlar için henüz keşfedilmemiş bir varış noktası olması,
 - İç turizmde hareketlenme yaşanması,
 - Turizmin çeşitlenmesine olanak veren coğrafi yapı ve ulaşım olanaklarının bulunması,
 - Türkiye ekonomisinin göstergelerindeki iyileşme ve yatırımcıların ilgisinin artması,
 - Uluslararası turizmde değişen talep yapısına uyum sağlanması,
 - Kış turizmine uygun alanların varlığı ve kış turizmine uygun kamu yatırımlarının yapılması,
 - Dünyadaki turizm eğilimlerine uygun olarak sağlık, termal ve gençlik turizminin gelişmesi,
 - Yat turizmini geliştirmeye uygun kıyılar, kıyı yapıları ve rüzgarın varlığı.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Türkiye Turizminin Zayıf Yönleri (Z)

- Altyapı, hizmet kalitesi ve destek sektörlerin hızlı talep artışına yanıt verememesi,
- Yenilenebilir enerji potansiyelinin yeterince değerlendirilememesi,
- Büyük ölçekli otellerin kırsal çevre ve özgün mimari ile uyumsuzluğunun bulunması,
- Doğal, tarihi ve somut olmayan kültürel mirasın özgün niteliklerinin yeterince korunamaması,
- Tanıtım faaliyetlerinde sosyal medyanın etkin kullanılamaması,
- Mesleki niteliklerin belgelendirilmesine yönelik uygulamaların yetersizliği,
- Çevre bilincinin oluşmaması ve Kentsel peyzaj kavramının yerleşmemiş olması,
- Deniz kıyısında kentsel katı atıkların geri dönüşümünün yetersizliği,
 - Turizm Konseyleri'ne işlerlik kazandırılmamış olması,
- Kaynakların farklı karar vericilerin elinde olması nedeni ile turizmin gelişiminin bütüncül yaklaşımdan yoksun kalması,
- Yerel halk ve yetkililerin, sürdürülebilir turizm kapsamında, karar mekanizmalarına yeterince katılamaması.

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Türkiye Turizmi İçin Fırsatlar (F)

- Avrasya bölgesinin ve Körfez ülkeleri ile siyasal ve ekonomik ilişkiler,
- Dünyada Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu doğa, tarih, kültür, sağlık ve spor turizmine olan ilgisinin artması,
- Batı Akdeniz'deki kirlenme sonucu, Doğu Akdeniz bölgesinin çekiciliğinin artması,
- Eğitim düzeyi yüksek ve deneyimli turistlerin sayısının artması,
- Gelişen ulaşım olanakları
 - İç turizmde olan ilgisinin artmasına ucuз havayolunun katkısı,
- Turizm pazarında ihtisaslaşmış seyahat organizatörleri ve havayolu ulaşım şirketlerinin sayılarının artması,
- Türkiye'de bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi,
- Ege ve Akdeniz'in yanında Karadeniz'in de kruvaziyer turizmine katılması,
- Kongre turizmine ve ilgili yatırımlara önem verilmeye başlanması,
 - Birçok ülke ile vize uygulamalarının kaldırılması,
 - Kültür ve sanat faaliyetlerinin tanıtıma katkısının artması,
 - Sınırötesi işbirliği projeleri
- Sosyal medya kullanım oranının yüksekliği,

Interreg - IPA CBC Bulgaria - Turkey

PARTNERSHIP

Türkiye Turizmini Tehdit Eden Faktörler (T)

- Ülkemizin jeopolitik konumundan kaynaklanan dış tehditler,
- Uluslararası seyahat organizatörlerinin fiyat ve koşulları tek taraflı belirlemesi,
- Avrupa Birliği'ne katılım konusunda sürecin yavaş ilerlemesi,
 - Rakip ülkelerin rekabet gücünün gelişmiş olması,
 - Küresel ısınma ve iklim değişikliği,
- Gemilerin atıkları nedeni ile açık denizin kirlenmesi ve kıyı turizminin zarar görmesi,
- Ülkenin bazı bölgelerinde güvenlik ile ilgili sorunların devam etmesi,
- Kıyı bölgelerinde yoğun kullanım nedeni ile koruma- kullanma dengesinin bozulması,
- Doğu Akdeniz bölgesinin çekiciliğinin artması sonucu bölgede marina sayısında plansız artış,
- Turistik varış noktalarının çevresindeki çarpık yapılaşma"

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

	Finansier	Tahditler
Güçlü yanlar	GE stratejisi: Rakipleri yok et - Rakipleri üst üste sağla - Farklılık yaratarak kgi toplamaya çalış - Bölgede çokça kapıcıların bulunmasından dolayı kapıcı yatırımlarını ve servisi kaliteden artır	ST stratejisi: Rakiplerle iş birliği yap - Rakiplerle bir araya gelerek fiyat vadisi turizm örgütünü kur - İhtiyaçla pazar payını büyüt - Birleşimle destinasyon çeşitliliğini artır
Zayıf yanlar	ZT stratejisi: Turizm sektörünün büyümesini sıkı bir şekilde sınırla - Yatırımlar yaparak yeni yatırımları engellemeye çalış - Sonuç büyüme için ver - Kontrolü sıkı bir şekilde ele al	ZT stratejisi: Hiçbir şey yapma - Turizmin gelişimini kontrol etme - Harakana yapma - Her şeyi doğal akışına bırak - Yatırımlardan uzak dur

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

UZUNKÖPRÜ İÇİN ÖNERİLER

- Bölge uluslararası bazda «üç ülke tek destinasyon» şeklinde pazarlanmalı
- Bölgede müşteri memnuniyeti temelli bir sistem oturtulmalı- beklentisinden fazlasını vermek
- Restoranların ve kafelerin özgün-yöresel menüler yaratması ve hijyen kurallarına uymaları sağlanmalı

30

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

UZUNKÖPRÜ İÇİN NE YAPMALI?

- Hizmet sektöründe çalışan elemanlara bölge ve turizm farkındalık eğitimi verilmeli
- Yerel mutfağın turizm amaçlı kullanımı ve misafire sunumu konusunda yaratıcı fikirler ortaya konmalı
- Restorasyon çalışmaları ile ev pansiyonculuğu, kültür-sanat mekanları teşvik edilmeli
- Kaybolmuş eserlerin yerleri tespit edilmeli, onlara temsilen anıtlar veya hatırlatıcı levhalar oluşturulmalı
- Tüm tarihi eserler için en az üç dilde (Türkçe, İngilizce, Bulgarca ve Yunanca) bilgilendirme tabelaları hazırlanmalı

Interreg - IPA CBC
Bulgaria - Turkey
PARTNERSHIP

UZUNKÖPRÜ

- Köprü ile temas sağlanmalı selfie , check-in gibi aksiyonlaa olarak sağlanmalı,
- Köprü ve diğer önemli eserler için tanıtım broşürleri hazırlanmalı, festivaller tertip edilmeli, foto-safari gezileri düzenlenmelidir.
- Kentteki bütün paydaşların turizme sahip çıkması (yerel-merkezi -mahalli yönetim- STK - yerel halk)
- Tanıtım ve pazarlamada sosyal paylaşım ağları, seyahat ve otel bilgisi veren web siteleri, akıllı telefon uygulamaları ve GPS'li cihazların tümünden yararlanmalı. «kulaktan kulağa pazarlama»
- «Reklam» tamam ancak daha çok Halkla ilişkiler stratejileri izlenmelidir, ikna edici hale gelip istenilen hız ve yaygınlıkta sonuç verecektir.

