

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI



KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİNDE
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KONYA TURİZM
PAYDAŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

FATİH VAROL

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN:
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN

Konya-2017

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	FATİH VAROL		
	Numarası	138112013010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TURİZM İŞLETMECİLİĞİ/TURİZM İŞLETMECİLİĞİ		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
Tezin Adı	KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KONYA TURİZM PAYDAŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Fatih VAROL








 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	
--	---	---

DOKTORA TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	FATİH VAROL
	Numarası	138112013010
	Ana Bilim / Bilim Dalı	TURİZM İŞLETMECİLİĞİ/TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
	Programı	Doktora
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN
	Tezin Adı	KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KONYA TURİZM PAYDAŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KONYA TURİZM PAYDAŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA başlıklı bu çalışma 16/10/2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Prof. Dr.	Çağatay ÜNÜSAN	
2	Prof. Dr.	Ahmet BÜYÜKŞALVARCI	
3	Doç. Dr.	Şafak ÜNÜVAR	
4	Doç. Dr.	Ceyhun Çağlar KILINÇ	
5	Doç. Dr.	Yasin BİLİM	

ÖNSÖZ

Öncelikle bugünlere gelmemde bana her türlü dualarını esirgemeyen, fedakâr, cefakâr, emeklerinin karşılığını asla ödeyemeyeceğim babam Ümran VAROL'a ve annem Firdevs VAROL'a sonsuz şükranlarımı sunuyorum. Doktora eğitimime başladıktan sonra dünyaya gelen, hayatımıza renk ve neşe katan, motivasyon kaynağım, dünya tatlısı kızım Liva VAROL'a ne kadar teşekkür etsem azdır.

Üniversiteye başladığım 1999 yılından beri tanıdığım ve doktora eğitimim boyunca şahsıma karşı ilgisini eksik etmeyen, engin fikirlerinden her daim faydalandığım danışman hocam Prof. Dr. Çağatay Ünüsan'a sonsuz teşekkürlerimi arz ederim. Tezimin hazırlanma sürecinde bilgi ve tecrübeleriyle bana yön veren ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çok kıymetli jüri üyeleri hocalarım Prof. Dr. Mete SEZGİN'e, Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR'a, Yrd. Doç. Dr. Yasin BİLİM'e, Doç. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI'ya ve Doç. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ'a en kalbi duygularıyla teşekkürlerimi sunarım. Göstermiş olduğu yakın ilgi ve bilgi paylaşımlarından dolayı çok değerli hocam Prof. Dr. Abdullah KARAMAN'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca akademik çalışmalarında desteklerini esirgemeyen, bizler için her daim huzurlu bir çalışma ortamı hazırlayan kıymetli hocalarım Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Necmi UYANIK ve şahsının nezdinde tüm akademik personeline teşekkürlerimi sunarım.

Tezimin her aşamasında bilgi paylaşımlarını, cömertliklerini ve yardımlarını eksik etmeyen kıymetli meslektaşlarım, arkadaşlarım başta Arş. Gör. Dr. Alaattin BAŞODA olmak üzere, Yrd. Doç. Dr. Çağrı SAÇLI'ya, Öğr. Gör. Özlem TEKİN'e ve Uzm. Kevser ARIKAN ÇINAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, tezin anket kısmındaki titiz ve samimi destekleri ile sağlıklı veriler elde etmemde katkı sağlayan fakülte öğrencilerimize ve tüm katılımcılara, katkılarından dolayı teşekkür ederim.

ÖZET

KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KONYA TURİZM PAYDAŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Fatih VAROL

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora

Danışman: Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN

Bu araştırmanın amacı, Konya'nın sahip olduğu zengin kültürel mirasın, tüm paydaşları kapsayan, katılımcı, sürdürülebilir bir yönetim yapısına sahip olmasına yönelik, turizm paydaşların algı ve tutumlarını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan araştırmada, SKMY'nin sosyo-ekonomik, yönetsel, çevresel, bilgi paylaşımı, korumacı yaklaşım faktörlerinin turizm paydaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğine dair bir model oluşturulmuştur. SKMY'ne yönelik paydaşların algı ve tutumlarını ölçmek için, önceden kullanılan bir anketten yararlanılarak yeni bir anket formu geliştirilmiştir. Araştırmada, basit tesadüfî örnekleme yöntemleri grubundan kümelere göre örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve Konya'daki turizm paydaşlarından yerel halk, yerli-yabancı turistler, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler&STK temsilcileri araştırmaya dâhil edilmiştir. 2016 yılının Haziran-Aralık ayları arası yoğun olmak üzere yılın tamamında, alan araştırması yapılmıştır. Konya'daki turizm paydaş gruplarından 2080 kişiye ulaşılarak anket yoluyla elde edilen veriler, belirleyici istatistikler, faktör analizi, Kruskal Wallis-H, Mann-Whitney U gibi istatistiksel analiz yöntemleri yardımıyla incelenmiştir. Verilerin analizinde Selçuk Üniversitesi veri tabanından sağlanan SPSS 22.00 (Statistical Package for Social Sciences) paket programı kullanılmıştır.

Araştırmada, Konya turizm paydaş gruplarının SKMY'nin bileşenlerine yönelik tutumlarının aynı yönde olduğu, fakat farklı boyutlarda gruplar arasında bazı anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. SKMY'nin sosyo-ekonomik, sürdürülebilir yönetim uygulamaları, paydaşlar arası bilgi paylaşımı boyutlarına yönelik, turizm paydaş grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Diğer

taftan SKMY'nin doğal kaynaklar ve enerji kullanımı, çevreci ulaşım uygulamaları, kültürel mirasın korunması, katılımcı yönetim uygulamaları ve taşıma kapasitesi boyutları açısından turizm paydaş grupları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırmanın son kısmında ortaya çıkan bulgular değerlendirilerek, Konya'nın turizm paydaşlarının etkin bir SKMY ortaya koyabilmesi açısından sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi, Turizm Paydaş Grupları



ABSTRACT

SUSTAINABILITY IN CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT: A RESEARCH ON TOURISM STAKEHOLDERS IN KONYA

Fatih VAROL

Department of Tourism Management Doctorate

Supervisor: Prof. Çağatay ÜNÜSAN

The aim of this research is to examine the perceptions and attitudes of tourism stakeholders in order to have a participatory, sustainable management structure that encompasses all the stakeholders of Konya's rich cultural heritage. In the research prepared for this purpose, a model has been established in order to see if the socio-economic, managerial, environmental, information sharing and conservationist approach factors of the Sustainable Cultural Heritage Management differ according to tourism stakeholder groups. To measure the perceptions and attitudes of stakeholders towards SCHM, a new survey form was developed using a previously used one. In the research, cluster sampling technique that is one type of simple random sampling methods was preferred and local residents, local and foreign tourists, tourism enterprises, local authorities and NGO representatives as tourism stakeholders of Konya were included in the study. Case study was carried out throughout the year, with a peak in June-December of 2016. The data obtained through questionnaires reaching 2080 individuals from stakeholder groups in Konya were analyzed with statistical analysis methods such as descriptive statistics, factor analysis, Kruskal Wallis-H and Mann-Whitney U. In the analysis of the data, SPSS 22.00 (Statistical Package for Social Sciences) package program provided from Selcuk University database was used.

In the study, Konya tourism stakeholders' attitudes towards the components of SCHM were found as the same, but there were some significant differences in different dimensions between the groups. There were no significant differences between the tourism stakeholder groups regarding socio-economic, sustainable

management practices and information sharing dimensions of SCHM. On the other hand, significant differences were found between the tourism stakeholder groups in terms of natural resources, energy use, environmental transportation practices, preservation of cultural heritage, participatory management practices and transportation capacity dimensions of SCHM. In the last part of the study, according to the evaluation of the findings, conclusions and recommendations were presented in order that the tourism stakeholders of Konya can exhibit an effective SCHM.

Key Words: Cultural Heritage, Sustainable Cultural Heritage Management, Tourism Stakeholder Groups



İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası.....	i
Tez Kabul Formu	ii
Önsöz.....	iii
Özet	iv
Abstract.....	vi
Tablolar Listesi	x
Şekiller Listesi.....	xi
Kısaltmalar.....	xii
Giriş.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür ve Miras Kavramları.....	6
1.2. Kültürel Miras	10
1.2.1. Somut Kültürel Miras.....	11
1.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras.....	13
1.3. Kültürel Miras Turizmi.....	14
1.3.1. Kültürel Miras Turizminin Önemi	18
1.3.2. Kültürel Miras Çekicilikleri	19
1.4. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Gelişimi	24
1.5. Sürdürülebilirlik ve Kültür İlişkisi	26
1.6. Sürdürülebilir Turizm	27
1.5.1. Turizmde Ekonomik Sürdürülebilirlik.....	29
1.5.2. Turizmde Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik	30
1.5.3. Turizmde Çevresel Sürdürülebilirlik	32

İKİNCİ BÖLÜM: SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİ

2.1. Kültürel Miras Yönetimi Kavramı ve Gelişimi.....	35
2.1.1. Kültürel Miras Yönetimi İhtiyacı	37
2.1.2. Kültürel Miras Yönetimine Etki Eden Uluslararası Sözleşmeler	38
2.1.3. Toplumsal Değerler ve Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi	43
2.2. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm İlişkisi.....	49
2.3. Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm Paydaşları.....	52
2.3.1. Turistler	54
2.3.2. Yerel Halk	55
2.3.3. Turizm İşletmeleri.....	58
2.3.4. Yerel Yönetimler	60
2.3.4. Sivil Toplum Kuruluşları	62

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:
KONYA VE TURİZM POTANSİYELİ**

3.1. Konya Tarihi'ne Kısa Bir Bakış.....	64
3.2. Turizm Çeşitleri Açısından Konya.....	68
3.2.1. Kültür Turizmi.....	69
3.2.2. İnanç Turizmi.....	74
3.2.3. Doğa Turizmi Çeşitleri.....	76
3.2.4. Mağara Turizmi.....	79
3.2.5. Kongre, Fuar ve Spor Turizmi.....	79
3.2.6. Sağlık Turizmi.....	80
3.3. Turizm İstatistikleri Açısından Konya.....	81

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM:
METODOLOJİ**

4.1. Araştırmanın Sorusu ve Amacı.....	100
4.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı.....	101
4.3. Araştırmanın Yöntemi.....	103
4.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	104
4.3.2. Araştırmanın Değişkenleri.....	106
4.3.3. Evren ve Örneklem.....	107
4.3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	109
4.3.5. Araştırmada Kullanılan Anket Formu.....	109
4.3.6. Verilerin Analizi.....	110
4.4. Bulgular.....	114
4.4.1. Katılımcıların Özellikleri.....	114
4.4.2. Katılımcılar Açısından Konyanın İmajı.....	121
4.4.3. Anketin Güvenirlilik ve Geçerliği.....	122
4.4.5. Hipotez Sonuçları.....	126
4.5. Değerlendirme.....	134
4.6. Sonuç ve Öneriler.....	145
Kaynakça.....	152
Ekler.....	166
Özgeçmiş.....	177

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Miras Çekicilikleri Tipolojisi.....	20
Tablo 2.1. Değerler Tipolojisi.....	45
Tablo 2.2. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm Kıyaslaması	45
Tablo 3.1. Konya'nın Yerleşim Birimi Olarak Tarihsel Gelişimini Etkileyen Medeniyetler	65
Tablo 3.2. Konya'nın Önemli Kültür Çekicilikleri.....	70
Tablo 3.3. Konya'da Düzenlenen Bilim, Kültür ve Sanat Etkinlikleri	71
Tablo 3.4. Konya'nın Önemli İnanç Çekicilikleri	75
Tablo 3.5. Türkiye İl Nüfus Sıralaması	82
Tablo 3.6. Konya'ya Gelen Turist Sayıları ve Turizm Gelirleri.....	83
Tablo 3.7. Konya Müzeleri'ni Ziyaret Eden Turist Sayıları (2011-2016)	84
Tablo 3.8. Konya Faaliyet Gösteren Turizm İşletme Belgeli Oteller (2017).....	85
Tablo 3.9. Konya'nın Mahalli İdarelerce Belgelendirilmiş Konaklama Tesisleri.....	87
Tablo 3.10. Konya'daki Konaklama Tesislerinin Giriş ve Geceleme Sayıları.....	92
Tablo 3.11. Konya'daki Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları Listesi.....	93
Tablo 3.12. Konya'daki Turizm İşletme Belgeli Restaurant Listesi.....	96
Tablo 3.13. Konya Havalimanı Yıllık Uçak ve Yolcu Sayıları (2010-2016).....	98
Tablo 3.14. Konya Tren Garı Yıllık Yolcu Sayıları (2010-2016)	99
Tablo 4.1. Araştırmanın Hipotezleri	105
Tablo 4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	115
Tablo 4.3. Konya'nın Turizm Paydaşları Açısından Algılanan İmajı.....	121
Tablo 4.4. Anket ve Boyutların Güvenirlilik Katsayıları	122
Tablo 4.5. Anket ve Paydaş Gruplarına Göre Güvenirlilik Katsayıları	123
Tablo 4.6. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	124
Tablo 4.7. Paydaşların Sosyo-Ekonomik Faktörlere Yönelik Algıları	126
Tablo 4.8. Paydaşların Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları Faktörlerine Yönelik Algıları	127
Tablo 4.9. Paydaşların Doğak Kaynaklar ve Enerji Kullanımı Faktörlerine Yönelik Algıları.....	128
Tablo 4.10. Paydaşların Çevreci Ulaşım Uygulamaları Faktörlerine Yönelik	

Algıları.....	129
Tablo 4.11. Paydaşların Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı Faktörlerine Yönelik Algıları	130
Tablo 4.12. Paydaşların Kültürel Mirasın Korunması Faktörlerine Yönelik Algıları.....	131
Tablo 4.13. Paydaşların Katılımcı Yönetim Faktörlerine Yönelik Algıları	132
Tablo 4.14. Paydaşların Taşıma Kapasitesi Faktörlerine Yönelik Algıları.....	133



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Kùltür Bileşenleri	8
Şekil 1.2. Miras Sınıflaması.....	9
Şekil 1.3. Miras Turizminin Büyümesinde Etkili Olan Faktörler.....	16
Şekil 1.4. Sürdürülebilir Kalkınmanın Eski Üçgeni ve Yeni Karesi.....	27
Şekil 4.1. Araştırmanın Modeli.....	105



KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
BM	: Birleşmiş Milletler
CBT	: Community-Based Tourism (Toplum Temelli Turizm)
CBTIs	: Community-Benefit Tourism Initiatives (Toplumsal Fayda Turizmi Girişimleri)
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
ICAHM	: International Committee on Archaeological Heritage Management (Uluslararası Arkeolojik Miras Yönetimi Komitesi)
ICOMOS	: International Council on Monuments and Sites (Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi)
ICCROM	: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (Uluslararası Kültürel Varlıkları Koruma Araştırma Merkezi)
IUCN	: International Union for Conservation of Nature (Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği)
İPKB	: İstanbul Proje Komisyon Birimi
İSMEB	: İstanbul Sismik Riskin Azaltılması ve Acil Durum Hazırlık Projesi
İAFAD	: İstanbul İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü
KM	: Kültürel Miras
KMY	: Kültürel Miras Yönetimi
KW	: Kruskal Wallis
MWU	: Mann Whitney U
SKMY	: Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi
SOKM	: Somut Olmayan Kültürel Miras
STGM	: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNCHE	: United Nations Conference on Human Environment (Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı)
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu)
V.D.	: Ve Diğerleri

WHC : World Heritage Committee (Dünya Mirası Komitesi)
WTO : World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)





En Kıymetlim Liva'ma...

Giriş

Miras kavramı kültürel, doğal, tarihi, mimari, arkeolojik ve jeolojik değerleri içeren, toplumların yaşam ve alışkanlıklarına yönelik farklılıklarını yansıtan kapsamlı bir kavramdır. Miras, her toplumun kendine ait farklı kültürel tarihlerini, gerçek ve kronolojik olarak öğrenmelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte, mirasa yönelik birçok önemli sosyal, çevresel ve ekonomik baskının bulunması ve mirasın yenilenemeyen bir kaynak olması sebebiyle verimli bir şekilde korunması gerekmektedir. Mirasa yönelik korumacı bakış açısı, tarih öncesi çağlardan beri var olan ve değişik metotlarla günümüze kadar ulaşmış olan bir yaklaşımdır. Geçmişte yapılan birçok araştırma, korumayı yalnızca mirasa fiziksel bir müdahale olarak tanımlamaktadır. Dahası, geçmişte korumacı yaklaşımın ulusal, sosyal, kültürel ve ekonomi gibi farklı yönleri dikkate alınmamıştır. Bununla birlikte, son literatür, koruma konusuna daha kapsamlı ve ayrıntılı bir tanım getirmekte ve konunun daha geniş yönlerini göz önüne almaktadır. Bu alandaki yeni yaklaşım “sürdürülebilirlik” kavramına önem atfederek, 1970’lerden beri uygulanmakta olan “kültürel miras yönetimi” olarak adlandırılmaktadır. Kültürel miras yönetimi, mirasın en ideal şekilde kullanımını sağlarken onun korunmasını, gelişmesini ve öneminin sürdürülmesini amaçlamaktadır (Ünver, 2006: 1). Kültürel miras yönetiminin bu alanda getirmiş olduğu en önemli yeniliğin sürdürülebilirlik ilkesi olduğu söylenebilir.

1970’lerden önce kültürel miras ile ilgili konular, daha çok uluslararası tüzük ve anlaşmalar çerçevesinde sürdürülmüştür. Kültür Miras Yönetimi kavramı, 1970’li yıllardan itibaren özellikle Avrupa’da önem kazanmaya başlamış ve bu kavram ilk olarak ICAHM (International Committee on Archaeological Heritage Management) tarafından resmi olarak kullanılmıştır. Ayrıca, ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) Arkeolojik Mirasın Korunması ve Yönetimi Şartı, bu dönemde Arkeolojik Miras Yönetiminin bazı küresel ilkelerini ortaya koymuştur. Böylelikle bu kavram, devlet kurumları, organizasyonlar ve profesyoneller tarafından

da kullanılmaya başlanmıştır. Kültürel mirasın yönetsel bir yaklaşım olarak ele alınmasıyla birlikte, sürdürülebilirlik konusu da her zaman gündeme gelmiştir.

1992 yılında ICOMOS'un kültürel alanlarla ilgili ilk kılavuzu ve UNESCO'nun Dünya Kültür Mirası Alanlarını Yönetme Rehberinin ilki basılmıştır. Bu yayınlar 1993 ve 1998 yıllarında iki defa revize edilmiştir. Kültürel mirasa bu şekilde yaklaşım 2000'li yıllarda uluslararası düzeyde kabul görmüş ve Avrupa'nın birçok ülkesinde olduğu gibi, Türkiye'de de birçok projede uygulamaya konulmuştur. Buna ek olarak aynı yıllarda, sürdürülebilirlik yaklaşımı kültürel mirasın korunması açısından önem kazanmaya başlamıştır. 2001 yılında ICOMOS'un Amerika Birleşik Devletleri'nde düzenlemiş olduğu "Değişim Yönetimi: Tarihi Çevrenin Korunması'nda Sürdürülebilir Yaklaşım" isimli uluslararası sempozyumda sürdürülebilirlik ilkesinin, kültürel mirasın korunmasındaki önemine özellikle değinilmiştir (Ünver, 2006: 2-3, <https://www.getty.edu/>, Erişim: 29.03.2017). Bu sempozyuma göre sürdürülebilirlik, uzun vadeli bakış açısı gerektiren bir kavramdır. Eğer koruma uygulanabilir bir strateji olarak geliştirilecekse, yerel düzeyde toplumun eğitimi ve katılımı sağlanırken, ekonomik boyutun da ele alınması gerekmektedir. Kültürel mirasın nasıl yok olduğunu ve etkilenmediğini, bu süreçlere hangi faktörlerin katkıda bulunduğu konusunda hem fikir olunmadıkça, gelecekte onu yönetmek de mümkün olmayacaktır. Kültürel miras yönetiminde etkinliği sağlamak, neyin önemli olduğunu kavrayabilmek ve bu önemin olumsuzluklara karşı nasıl çaresiz olduğunu anlamak ile ilişkilidir.

Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre sürdürülebilir turizm gelişimi, tüm ilgili paydaşların katılımını ve aynı zamanda uzlaşmanın sağlanabilmesi için güçlü bir politik liderliği gerektirmektedir (Özdemir, 2014: 35). Sürdürülebilir bir yaklaşımla kültürel miras yönetiminin gelişiminin sağlanabilmesi için, etkili bir iletişim kanalı ile tüm paydaşların katılımı gerekmektedir. Paydaş olarak adlandırılan bu kişi ya da gruplar, hissedarları, turizm çalışanlarını, turizm tedarikçilerini, turistleri, yerel halkı, yerel yönetimler ve sivil toplum örgütlerini, hükümeti, faaliyetleri ile turizm sektörünü etkileyen ve sektörün faaliyetlerinden etkilenen tüm

kesimleri içermektedir (Ekin ve Ören, 2012: 136). Bu bağlamda bir destinasyondaki kültürel değerleri korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak turizm paydaşlarının öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Nitekim bir destinasyondaki kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanamadığı durumlarda, söz konusu bölge bütünsel anlamda çekiciliğini kaybedecek ve turizm faaliyetlerinde düşüş kaçınılmaz olacaktır. Kültürel miras yönetiminde sürdürülebilirlikten kasıt sadece çevresel konular değil, bunun yanında yönetsel, ekonomik, sosyo-kültürel sürdürülebilirlik gibi birçok konuyu kapsamaktadır. Zira turizm faaliyetlerinin kültürel miras alanlarında zarar verici etkileri olabildiği gibi, aynı zamanda kültürel bir destinasyonun sürdürülebilir gelişimi açısından da olumlu etkileri bulunmaktadır. Buna göre turizm faaliyetlerinin kültürel miras alanlarına olumlu ya da olumsuz etkilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Özdemir, 2014: 36; Avcıkurt, 2009):

Olumlu etkiler;

- Deniz yaşamı, ulusal ve bölgesel parkların geliştirilmesi dâhil, önemli doğal alanların ve yaban hayatının korunmasına yardımcı olmaktadır.
- Turistler için çekicilik taşıyan arkeolojik ve tarihi yerlerin korunmasına yardım etmektedir. Turistlerin hem doğal hem de yapay çevreye gösterdikleri ilgi yerel halkın, kamu yönetiminin ve turizm işletmelerinin çevre bilincini artırabilmektedir.
- Doğal ve kültürel kaynaklara somut ekonomik değer katmaktadır. Ziyaretçilerin harcamalarından sağlanan gelir bu kaynakların korunmasına harcanmakta ve yerel halkın da korunma için verdiği desteği artırmasına yardımcı olmaktadır.
- Bölgede meydana gelen turizm geliri, kişilerin gelir ve refah düzeylerini, artırmakla birlikte birçok sektörü de harekete geçirmektedir. Özellikle kırsal bölgelerde genç nüfus açısından tarım dışında yeni iş alanları oluşturmaktadır.

- Oldukça uzak toplumlarda bile proje gelişimi ve istihdam yaratma ile aynı zamanda yatırımı canlandırma ve yerel hizmetleri destekleme konularında büyük fırsat kaynakları sağlamaktadır.

Olumsuz etkiler;

- Fiziksel çevrenin bozulması ve vahşi yaşamın zarar görmesine neden olarak kırılğan eko sistemler üzerinde doğrudan baskı yaratmaktadır. Hediyeelik eşya ticareti için bitki ve hayvan türlerinin soylarının tükenmesine neden olmaktadır.
- Bazı hayvan toplulukları içeri veya dışarı bölgelere göç etmektedirler.
- Özellikle toprak ve su gibi kıt kaynakların kullanımı için rekabet yaratmaktadır. Bu durum yer altı ve yerüstü su kaynaklarının azalmasına ve hatta tükenmesine neden olmaktadır.
- Yerel ve küresel kirlenmeye büyük bir etkisi bulunmaktadır. Kanalizasyon ve petrol atıklarının boşaltılması nedeniyle su kirliliği, araç trafiğinin yoğunlaşması nedeni ile hava ve gürültü kirliliği meydana gelmektedir.
- Yerel toplum üzerinde büyük bir baskı yaratarak geleneksel toplumların yer değiştirmesine neden olmaktadır. Çok sayıda turist gelmesinden dolayı yerel halkın yaşam biçiminde çok hızlı değişimlerin gelişmesi, kültür çatışmalarına yol açabilmektedir.
- Destinasyonlarda hassas ve istikrarsız bir gelir kaynağı yaratmaktadır.

Etkin bir kültürel miras yönetimi, özellikle yukarıda bahsedilen olumsuz etkiler üzerinde farkındalığı artırarak ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını gerçekleştirerek tüm paydaşların memnuniyetini sağlamalıdır. Kültürel mirasın sürdürülebilir gelişiminin dikkatli bir şekilde planlanması ve yönetilmesi durumunda turizmin olumsuz etkilerinin azaltılması mümkün olmaktadır. Her bir destinasyonun ve dolayısıyla kültürel miras değerinin birbirinden farklı özelliklere ve taşıma kapasitelerine sahip olduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu sebeple

etkin bir kültürel miras yönetimi ortaya koyabilmek için tüm paydaşlar arasında bir iletişim kanalının kurulması ve tamamının katılımı büyük önem arz etmektedir.

Bu araştırma genel olarak şu amaçlar çerçevesinde oluşturulmuştur; 1) genel olarak kültürel miras turizminin gelişimini incelemek, 2) sürdürülebilir kültürel miras yönetiminin, turizm açısından önemini ve paydaşların bu konudaki rollerini ortaya koymak, 3) Konya'nın başta kültür turizmi olmak üzere diğer turizm çeşitlilikleri açısından potansiyelini ortaya koymak, 4) Konya'daki kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir bir yönetimle ele alınmasında, turizm paydaşlarının tutum ve algılarını ölçmek, 5) Konya'nın turizm paydaşlarının etkin bir SKMY ortaya koyabilmeleri açısından araştırmaya sonuçlarını değerlendirip gerekli önerileri sunmak. Araştırmanın ilk bölümünde yukarıdaki amaçlardan birincisine yer verilmiştir. Bu bölümde kültür ve miras kavramlarından yola çıkarak kültürel miras turizmi, kültürel miras yönetimi gibi genel kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise amaçlardan ikincisi tartışılarak, kültürel mirasın yönetiminin sürdürülebilirliğinin turizm faaliyetleri açısından önemine değinilmiştir. Bununla beraber turizm paydaşlarının bu süreçteki rollerine ve sorumluluklarına yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise, yukarıda belirtilen amaçlardan üçüncüsüne değinilmiş ve Konya'nın başta kültürel mirası olmak üzere genel turizm potansiyeline yönelik turizm çeşitliliğine değinilmiştir. Ayrıca Konya'nın turizm faaliyetlerine yönelik çeşitli bileşenlerin (konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, turizm etkinlikleri vb.) kapasiteleri ortaya konulmuştur. Araştırmanın dördüncü ve son bölümünde ise bahsedilen amaçlardan dördüncüsü ve beşincisine yer verilmiştir. Bu bölümde Konya'nın kültürel miras yönetimini etkin ve sürdürülebilir olarak ortaya koyabilmek için paydaşların algı ve tutumları incelenmiştir. Bununla ilgili paydaşlara dönük bir uygulama yapılmış ve bunun sonuçları istatistiksel olarak incelenmiştir.

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

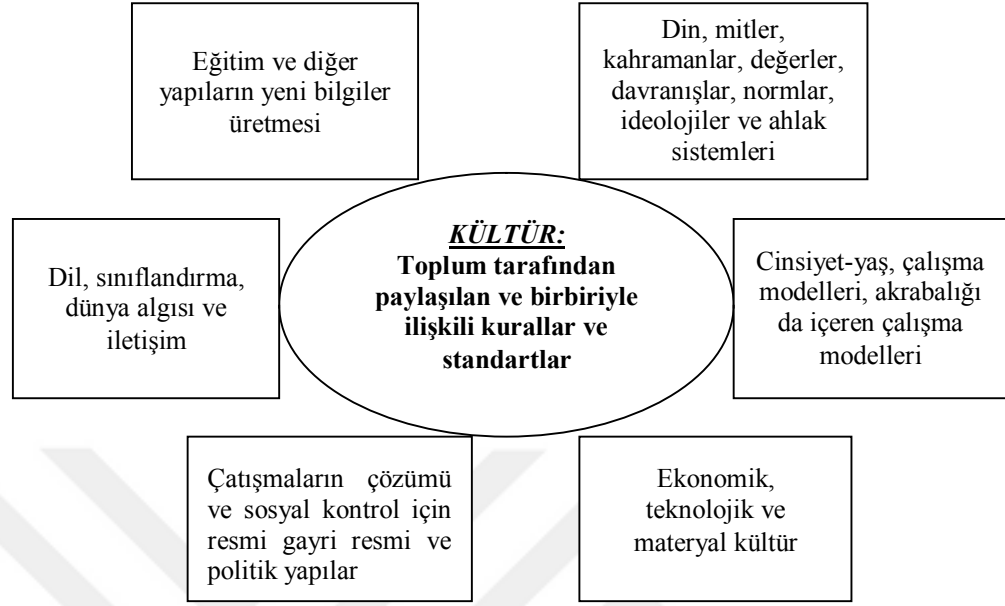
1.1. Kültür ve Miras Kavramları

Kültür, tanımlanması oldukça zor olan, çok yönlü olarak açıklanabilen oldukça karmaşık bir kavramdır. İlgili literatür tarandığında Kroeber ve Kluckhohn 160 tan fazla kültür tanımı olduğunu ortaya koymuşlardır (Çakır vd., 2011: 7). Nitekim, Tomlinson (1991: 4) kültürün, hakkında yapılan tüm tanımlamaları kapsayacak kadar geniş bir kavram olduğundan bahsetmiştir. Türk Dil Kurumu kültür kavramını 6 farklı şekilde tanımlarken, araştırmanın konusuyla ilgili olarak iki farklı tanım karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilkinde göre 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”* olarak ifade edilirken, bir diğer tanımlamada ise *“Bir topluma ya da halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü”* olarak açıklanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr/>, Erişim: 22.07.2016). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapmış olduğu tanımlamaya göre ise *“Kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Toplumda bir kimlik kazandıran, dayanışma ve birlik duygusu verdiği toplumda düzeni de sağlayan maddi ve manevi değerler bütünüdür”* şeklinde açıklanmaktadır (<https://www.kultur.gov.tr/>, Erişim: 22.07.2016).

Bununla birlikte Richards (1996) kültürü, algılama ve düşünme yollarını içeren ve dünyayı, kendini ve başkalarını değerlendirme olarak görmektedir. Thiaw (1998) ve Munjeri (1988) benzer şekilde kültürü, insan ve onun çevresiyle ilişkilendirerek, sosyal grupların yaşamı algılamalarındaki en önemli etkiye sahip unsur olarak ifade etmektedirler. Öte yandan McKercher ve Cross (2002) kültürü, bilgi, inanç, fikir ve miras değerlerinin toplamından oluşan sosyal aksiyonun ortak bir kavramı olarak açıklamaktadır. Yine bu tanımlamanın özünde kültür kavramı öğrenilen bir süreçtir ve bu öğrenme sürecinden elde edilen sonuçlar bir nesilden

diğer nesillere aktarılmaktadır. Aynı şekilde Omar (2013: 84) de, kültürün bir aktarım süreci olduğuna vurgu yapmakta ve bir nesilden diğerine aktarılırken kültürün yeniden tazelenmekte ve tanımlanmakta olduğunu savunmaktadır. Bu süreç içerisinde statik görünümlü olan kültür, yeni karakteristikler ve formlar elde ederek hareketli bir yapı kazanmaktadır. Aslında sürekli ve devam eden süreç tanımlaması, toplum içerisindeki büyük bir grup insanın ifade ettiği ortak bir tanım olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla sürecin kendisi, her bir sosyal gruba ait davranış kurallarını belirlemektedir. Buna ek olarak bu kültür süreci, bir ailenin üyeleri kadar az sayıda insan ya da bir toplum kadar büyük ve güçlü bir kitle ile ilişkilendirilebilir. Kısacası kültür, sosyal grupları tanımlayan gelenek ve görenekler, uygulamalar, diller, değerler ve dünya görüşleri olarak ifade edilebilir (Omar, 2013: 84). Bugün kültür daha çok iki yolla ifade edilmektedir. Birincisi toplumların veya ülkelerin oluşumu açısından bir süreç ve bir ürün olmasıdır. İkincisi ise daha yaygın bir kullanıma sahip olan, sadece sanatın olmadığı aynı zamanda dil, din ve geleneklerin içinde barındığı, toplumların değerlerini ve inançlarını yansıtan gözle görünür yapımlarını ifade etmesidir (Kolb, 2000: 23). Hofstede (1991) kültürün bölgesel, etnik, dinsel, dilsel, cinsiyet, nesil farklılığı, sosyal sınıf vb. birçok katmandan oluşan yapıya sahip bir kavram olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple, Hofstede'nin bu alanda yapmış olduğu çalışmalar, toplum içerisindeki ilişkilerin kültürün bileşenleri ile ilişkilendirilmesi gerektiği konusunda bizi yönlendirmektedir. Kültür bileşenleri ise aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Şekil 1.1).

Şekil 1.1. Kültür Bileşenleri



Kaynak: Burns, 2005: 53

Miras kavramına bakacak olursak, literatürde birçok tanımlamaya rastlamakla birlikte, ilk olarak akla gelen anlam mirasın hukuki içeriğiyle ilgilidir. Fakat bu tezin konusu itibari ile “miras” kavramının doğrudan hukuki anlamından ziyade, bir toplumun yapısını oluşturan kültürel faktörler ve bu bağlamda turizmle olan ilişkisi ön plana çıkarılacaktır. Nitekim TDK tarafından “miras” kavramı 3 farklı şekilde tanımlanmış olup bunlardan “*Bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şey*” (<http://www.tdk.gov.tr/>, Erişim: 05.08.2016) tanımlaması hazırlanan bu tezin içeriğiyle daha ilişkili bir tanımlama olarak görülmektedir. Bu tanımlamaya göre miras bırakılan şeyler tarihi yapılardan, sanat eserlerine ve hatta görsel açıdan göze hoş gelen manzaraya kadar pek çok unsuru kapsamaktadır (Yıldız, 2011: 3). Miras, genel olarak bir toplumun geçmişinden gelen ve insan yaşamına şekil veren somut (arkeolojik ve sanat eserleri, anıtlar vb.) ile somut olmayan (kültür, gelenekler, inanışlar vb.) varlıkların toplamından oluşmaktadır. Miras içerik olarak “kalıt” kelimesi ile eş anlamlı olarak kullanılmakta ve bir takım unsurların bir nesilden diğerine aktarımını ifade etmektedir (Kurtar, 2012: 16). Doğaner (2003) ise miras ve

kültür kavramlarını ilişkilendirerek, mirası “*bir kültürün doğa ve insan etkileşimi sonucu ortaya çıkan kalıtımsal değerleri*” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca mirası, tarihsel, sanatsal, etnolojik, antropolojik, sosyolojik ve dil bakımından korunma gereksinimi duyulan yüksek değere sahip mekân, varlık ve olaylar olarak ifade etmektedir. Buna göre miras sosyo-kültürel unsurlardan oluşan bir kavram olmakla birlikte diğer yandan, yeryüzünde sahip olunan ve aynı zamanda tehdit altında bulunan, korunması zorunlu olan doğal miras unsurlarından oluşan bir değerler topluluğudur. Böylelikle miras iki şekilde sınıflandırılmaya tabi tutulmuştur (Şekil 1.2.).

Şekil 1.2. Miras Sınıflaması



Kaynak: Doğaner, 2003: 2

Şekil 1.2.’de görüldüğü üzere kalıtımsal değer kazanmış olan din, dil, giyim, mutfak, gelenek, müzik, dans, folklor, arkeolojik, tarihi yapı ve alanlar **sosyo-kültürel miras** unsurlarını oluştururken, yer şekli, su kütlesi, flora, fauna, toprak **doğal miras** unsurlarını oluşturmaktadır. Bu sınıflandırma aynı zamanda yapılan turistik faaliyetlerinde sınıflandırmasında yol gösterici olmaktadır. Buna göre doğal

miras alanlarına yapılacak olan turizm faaliyetlerini yayla turizmi, yat turizmi, kıyı turizmi, kaplıca turizmi, kış turizmi gibi sınıflara ayırmak mümkün olmakla birlikte, sosyo-kültürel miras unsurları kapsamında yürütülen turizm faaliyetleri ise sadece kültür turizmi olarak adlandırılmaktadır (Doğaner, 2003: 2).

1.2. Kültürel Miras

Kültürel miras kavramı gerek anlam gerekse kapsam bakımından günümüze kadar gelişim göstererek ulaşmıştır. Bu kavram yakın zamana kadar somut olarak var olan yapılar üzerinden tanımlanmaktaydı. Nitekim 1931 Atina Tüzüğü ve 1954 Lahey Sözleşmesinde bu yaklaşım çok açık bir şekilde kendisini göstermiş olup, kültürel miras kavramı sadece anıtsal, tarihi, sanatsal öneme sahip taşınır ve taşınmaz kültür varlıkları olarak değerlendirilmiştir. Kültürel mirasa bu denli nesnel bir bakış açısıyla yaklaşılmasının sebebi tarihte imparatorlukların ve daha sonra ortaya çıkan ulus-devletlerin miras unsurlarını siyasi egemenliğin bir sembolü olarak görmeleri yatmaktadır (Aksoy vd., 2012: 3). 1964 yılında imzalanan Venedik Tüzüğünde, “tarihi anıt” ile ilgili kabul edilen tanım aynı zamanda kültürel miras kavramının tanımlanmasına da ışık tutmuştur. Tüzüğün ilk maddesinde yer alan “*Tarihi anıt kavramı sadece bir mimari eseri içine almaz, bunun yanında belli uygarlığın, önemli bir gelişmenin, tarihi bir olayın tanıklığını yapan kentsel ya da kırsal bir yerleşmeyi de kaplar. Bu kavram yalnız büyük sanat eserlerini değil, ayrıca zamanın geçmesiyle kültürel anlam kazanmış daha basit eserleri de içine alır*” (<http://www.icomos.org/>, Erişim: 27.07.2016) tanımlaması, kültürel mirası değerlendirirken sadece somut obje odaklı bir bakış açısıyla değil, bununla birlikte soyut birtakım kültürel unsurları da içine katan bir bakış açısıyla yaklaşılması gerektiğinin penceresini aralamıştır. Kültürel miras kavramı 1972 yılında Paris’te toplanan UNESCO’nun 17. Toplantısında “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme” ile ilk olarak resmîyet kazanırken, bu sözleşmede tarihi, sanatsal ve bilimsel açıdan öneme sahip anıtlar, binalar ve yerleşim alanlarının yanı sıra doğanın ve doğa ile insanın birlikte yarattığı eserleri de kapsayan bir kavram olarak ele alınmıştır (Çokişler vd, 2016: 16; Aksoy vd., 2012: 5; Vecco, 2010: 322; UNESCO, 1972: 2). UNESCO bünyesinde imzalanan ve “Dünya Mirası Sözleşmesi” olarak anılan bu

sözleşme, anlaşmaya taraf olan tüm devletlere, hem kültürel mirası hem de doğal mirası yeniden tanımlama, koruma, restore etme ve gelecek nesillere en sağlıklı şekilde aktarma noktasında sorumluluklar yüklemektedir. Bu süreçte kültürel mirasa olan obje odaklı nesnel bakış, zaman içerisinde somut olmayan mirası (gelenek-görenek, inanç, ritüeller, yeme ve içme kültürü, folklor, müzik vb. gibi), bir yerin fiziki atmosferi, mistik havası, peyzajı ve endüstri mimarisini de kapsayacak şekilde genişlemiştir (Aksoy vd., 2012: 5). Nitekim 2000’li yılların başlarında kültürel miras kavramının bir toplumun gelenek, görenek ve folklor gibi değerlerinin korunmasına yardımcı olmadığı anlaşılmış, bu sebeple 2003 yılında toplanan UNESCO’nun 32. toplantısında “Somut Olmayan Kültürel Miras’ın Korunması Sözleşmesi” imzalanmıştır. Böylece kültürel miras kavramı somut ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere iki şekilde incelenmeye başlanmıştır (Çokişler vd., 2016: 16). Ülkemizde de 2012 yılında İstanbul Valiliği, İstanbul AFAD ve İstanbul Proje Koordinasyon Birimi (İPKB) tarafından yürütülen “Dünyada ve Türkiye’de Kültürel Mirasın Korunması” adlı projede kültürel miras, *“Bir toplumun geçmişi ile ilgili, onu kimliklendiren, yaşamsal süreklilikle birlikte günümüze ulaşan yerel ve evrensel değer niteliği taşıyan her türlü somut ve somut olmayan varlıklardır. Bu bağlamda kültürel miras, geçmişten bugüne ulaşmış, insanların sahiplik bağı içinde olmaksızın, sürekli değişim halinde olan değerlerinin, inançlarının, bilgilerinin ve geleneklerinin bir yansıması olarak betimledikleri bir kaynak grubudur”* şeklinde tanımlanmıştır (İSMEP, 2014: 12).

1.2.1. Somut Kültürel Miras

Kültür ve miras kavramlarının daha öncede belirtildiği gibi, insanoğlu tarafından birçok kez tanımlanmış olması subjektiflik tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Özellikle miras kavramına yapılan bu eleştirilere rağmen, kavram orijinal sözlük anlamından oldukça uzaklaşarak daha özgün bir anlam kazanmaya başlamıştır. ICOMOS miras kavramını kültürel ve doğal çevreler şeklinde sınıflandırarak açıklamaktadır. Bu tanımlama ayrıca somut ve somut olmayan miras sınıflandırmasını da belirtmektedir. ICOMOS’a göre somut bileşenler peyzaj, tarihi yerler ve inşa edilmiş tarihi unsurlardan oluşurken, somut olmayan bileşenler

geçmişten gelen ve devam eden kültürel alışkanlıklar, tecrübeler ve yaşam pratiklerinden oluşmaktadır (<http://www.icomos.org.tr/>). Benzer şekilde UNESCO'da doğası bakımından miras kavramını doğal ve kültürel miras olarak tanımlamaktadır. Buna göre bu sözleşmenin amacı bakımından kültürel miras olarak kabul edilen unsurlar aşağıdaki şekilde gruplandırılmıştır (UNESCO, 1972: 2):

Anıtlar: Mimari eserler, anıtsal heykel ve resim, arkeolojik doğa, yazıtlar, mağara evler ve bu özellikteki kombinasyonların yapıları ve öğeleri.

Bina grupları: Mimari yapısı ve manzara içerisindeki konumundan dolayı, tarih, sanat ve bilim açısından evrensel bir öneme sahip olan birleşik veya müstakil binalar grubu.

Siteler: İnsan ya da doğa ve insan birleşimi eserler ve arkeolojik mekânlar dâhil olmak üzere tarihi, estetik, etnolojik ve antropolojik açıdan olağanüstü evrensel öneme sahip alanlar.

UNESCO kültürel miras kavramı ile birlikte “doğal miras” kavramını da tanımlayarak bir ölçüde bu iki kavramın bir bütünlük ifade ettiğini ortaya koymuştur. Buna göre sözleşmenin amacı bakımından aşağıda belirtilen unsurlar doğal miras olarak kabul edilmektedir (UNESCO, 1972: 2):

- Estetik ve bilimsel açıdan olağanüstü evrensel öneme sahip fiziksel ve biyolojik oluşumlardan oluşan doğal güzellikler;
- Bilim ve koruma açısından olağanüstü evrensel öneme sahip olan, tehdit altındaki hayvan ve bitki türlerinin kesin bir şekilde doğal yaşam alanı olarak kabul edilen jeolojik ve fizyografik oluşumlar;
- Bilim, koruma ve doğal güzellik açısından olağanüstü evrensel öneme sahip olan doğal siteler ya da kesin bir şekilde tanımlanan doğal alanlar.

1.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

Somut olmayan kültürel mirasın önemini anlayabilmek için öncelikle, onun bir nesilden diğerine bilgi ve yetenekleri iletme gücünü anlamak gerekir. Buna ek olarak, farklı toplumlara ait somut olmayan kültürel mirası anlamak, farklı yaşam biçimleriyle karşılıklı saygının geliştirilmesine yardımcı olabilmektedir.

“...bir topluluğa ve geleneğe dayalı olarak oluşturulan, müşterek eserleri de kapsayan geleneksel ve halk kültürünün tüm formlarıdır. Bu eserler belirli bir süreç boyunca sözlü veya jestler tarafından değiştirilerek yeni nesillere aktarılır. Bunlar sözlü gelenekleri, töreleri, dilleri, müzik, dans, ritüelleri, festivalleri, geleneksel tip ve ilaçları, mutfak sanatlarını ve kültürün maddi yönleriyle ilgili özel yetenekleri, bu tür araçları ve yaşam alanlarını içermektedir” (<http://unesdoc.unesco.org/>).

Ayrıca UNESCO 2003 yılında Paris’te düzenlenen 32. toplantısında aşağıda birkaç maddesi sıralanan hususları göz önünde bulundurarak, yapmış olduğu yeni tanımlamayla kültürel miras kavramındaki farkındalığı artırmıştır. Buna göre;

- SOKM’in kültürel çeşitliliğin ve sürdürülebilir kalkınmanın güvencesi olduğunu,
- SOKM ile kültürel miras arasında köklü karşılıklı bağlılığın olduğunu,
- İnsanlığın SOKM ile ilgili bozulma, yok olma gibi ciddi tehditlerin arttığını kabul etmelerine karşı, SOKM’in korunmasına yönelik evrensel bir istek ve ortak bir kaygının olduğunu,
- SOKM korunmasına yönelik henüz bağlayıcı bir anlaşmanın olmamasını göz önünde tutarak
- İnsanları birbirine yakınlaştırmacı, onlar arasında alış veriş ve anlayışı sağlamada paha biçilemez rolünü göz önünde bulundurarak; SOKM’i aşağıdaki şekilde tanımlamıştır:

“Somut olmayan kültürel miras” toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar,

temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar- anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. İşbu Sözleşme bağlamında, sadece, uluslararası insan hakları belgeleri esaslarına uyan ve toplulukların, grupların ve bireylerin karşılıklı saygı gereklerine ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olan somut olmayan kültürel miras göz önünde tutulacaktır” (UNESCO, 2003).

Yukarıda yapılan tanımlamalar doğrultusunda, SOKM kapsamında şu başlıkların olduğu söylenebilir: 1) SOKM aktarılmasında taşıyıcı görevi gören sözlü gelenekler ve anlatımlar, 2) Gösteri Sanatları, 3) Sosyal uygulamalar, ritüeller ve festivaller, 4) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar ve 5) Geleneksel el sanatları uygulamaları (Vijayah, 2011: 33). Başka bir deyişle SOKM kavramı, dünya genelindeki toplumların ve sayısız grupların atalarından yadigâr olan gelenek ve yaşam ifadelerini sözlü olarak onların torunlarına iletmektedir. Kısacası “somut olmayan” ifadesi sözlü geleneklerin yanı sıra soyut ve ölçülemez olan unsurları temsil etmektedir (Omar, 2013: 88).

1.3. Kültürel Miras Turizmi

Turizmin dünya ekonomisinde önemli bir yer tutmasıyla birlikte, ülkeler turizm gelirleriyle kalkınmalarını sağlamak amacıyla, sahip oldukları kültürel kaynaklardan daha etkin faydalanmaya başlamışlardır. Bu maksatla KM alanlarının turizme kazandırılması, mevcut kullanımlarının daha aktif hale getirilmesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve buralara verilen önemin ziyaretçiler nezdinde ortaya konması için çalışmalar ivme kazanmıştır (Mancı ve Aydoğdu, 2014: 92). Kültür ve miras turizmi, turizm sektöründe hızla ivme kazanan ve en dikkat çeken bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Poria vd., 2003; Akt: Okuyucu ve Somuncu, 2012: 38). Miras turizminin gelişmesinde temel unsurlar; yerel ekonomileri canlandırma, yerel halkın yaşam standartlarını arttırma, söz konusu

bölgeye turistleri çekebilmek, bölgenin mirası ile ilgili bilgileri yaymak ve kültürel mirasın bozulmalara karşı korunmasını sağlamaktır (Binoy, 2011; Akt: Okuyucu ve Somuncu, 2012: 38). Bu sebeple miras turizmi, genel turizm içerisinde değerlendirilirken ideolojik ve kurumsal yapı olarak farklı değerlendirilmektedir (Garrod ve Fyall, 2000; Akt: Okuyucu ve Somuncu, 2012: 38).

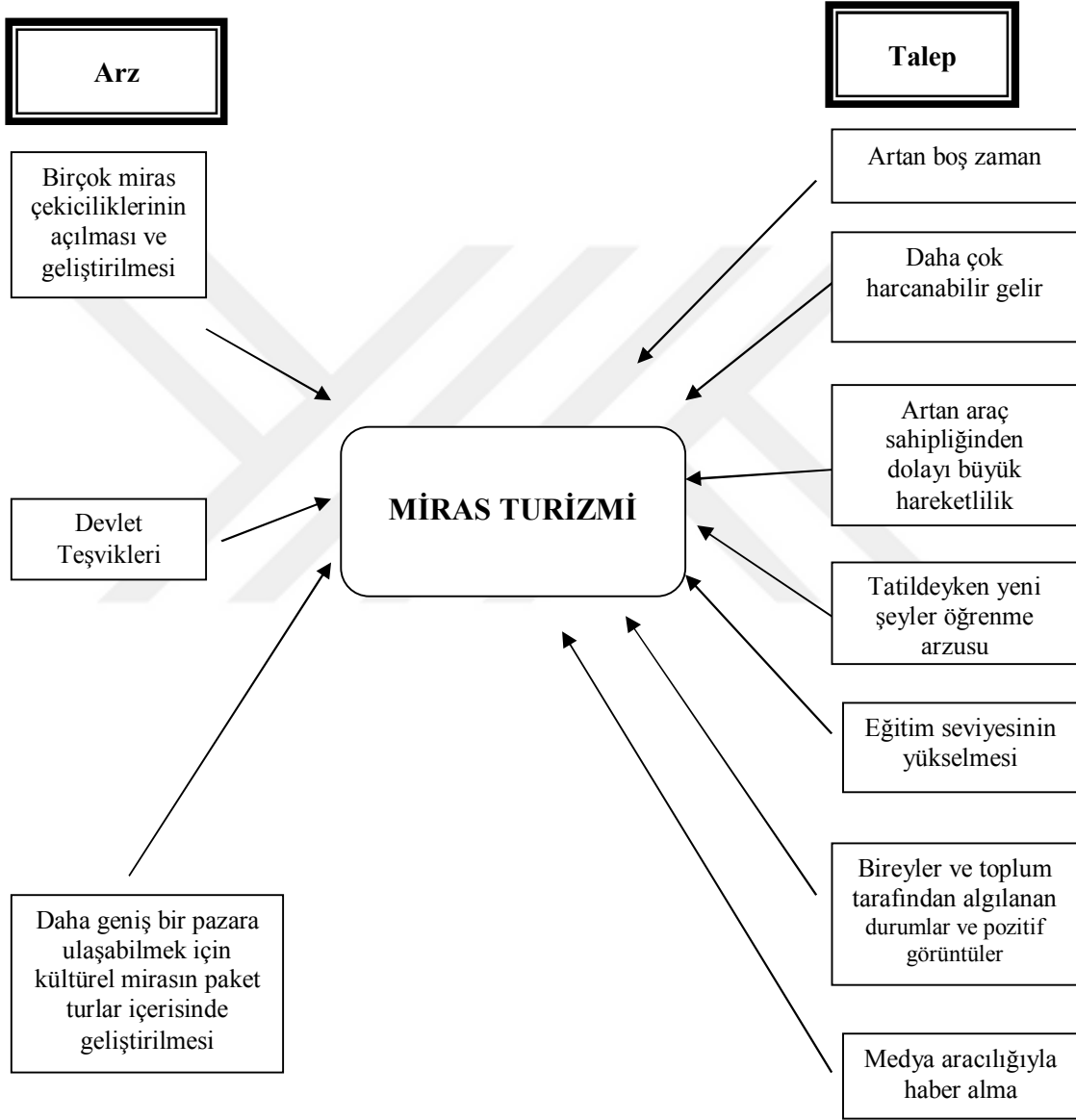
Literatürde kültür turizmi, kültürel turizm ve kültürel miras turizmi kavramları aynı anlamlarda kullanılmaktadır (Bahçe, 2009: 2). KM turizminin gerçek tanımlaması bir tartışma konusudur. İlgili literatür KM turizminin içermiş olduğu faktörlerden önemli ölçüde etkilendiğini belirtmektedir (Alzua vd., 1998; Poria vd., 2001; Swarbrooke, 1994; Ashworth vd., 1994). Bu faktörler:

- KM kaynaklarının tanımlanmasının toplumların devamlılığı, yenilenmesi ve gelişiminde oynadığı önemli rol,
- Bireysel ve toplumsal kimliğin oluşmasında ve sürdürülmesinde KM kaynaklarının rolü,
- Rekreasyon fırsatlarının oluşmasında KM kaynaklarının oynadığı rol,

Yukarıda belirtilen faktörler çerçevesinde KM turizmini, “tarihi yapıları ve eserleri görmek, şenliklere ve fuarlara katılmak, yerel yemekleri tecrübe etmek, yerel mimariyi incelemek, dini seyahatte bulunmak ve akademik faaliyetler gerçekleştirmek amacıyla yapılan turizm faaliyetleri” olarak tanımlanabilir (Aktaran: Mancı ve Aydoğdu, 2014: 93). Bir başka tanıma göre KM turizmi, kişilerin sürekli ikamet ettiği yerlerden ayrılarak kültürel ihtiyaçlarını karşılamak ve başka kültürleri tanımak amacıyla kültürel çekim noktalarına seyahat etmeleridir (Beeho ve Prentice 1997: 76). Bu bağlamda KM turizmi sit alanlarının, deneyimlerin ve olayların ziyaretçinin temel arzuları olarak sunulduğu niş pazarlara yönelik yürütülen bir turizm çeşidi şeklinde tanımlanmaktadır (Bachlaitner ve Zins, 1999: 199; Bahçe, 2009: 2).

Swarbrooke (1994), miras turizminin gelişmesinin hem arz hem de talep kaynaklı olduğunu savunarak, beklide bu alandaki en kapsamlı tartışmanın fitilini de ateşlemiştir (Swarbrooke, 1994: 223). Bu durum Şekil 1.3.' de özetlenmiştir.

Şekil 1.3. Miras Turizminin Büyümesinde Etkili Olan Faktörler



Kaynak: Swarbrooke, 1994: 223

Öte yandan Printice (1992), KM turizmine yönelik aşağıdaki faktörlere bağlı olarak daha fazla talep oluşabileceğini belirtmektedir:

- Günümüz ürünleri ile ilgili pazarlarda var olan memnuniyetsizlikten dolayı, KM turizmi kitle turizmine bir alternatif olarak görülmektedir.
- Kişilerin diğer kültürlerin bilgi ve tecrübelerini öğrenmeye odaklanması,
- Diğer kültürleri anlamaya ve öğrenmeye yönelik gerçek bir ilginin olması,
- KM turizmine olan talebin hükümetler tarafından algılanması ve gelişiminin desteklenmesi için kolaylıklar sağlanması.

Genel olarak, KM turizmi geniş bir yelpazede somut ve somut olmayan unsurları kapsamaktadır (Swarbrooke, 1994: 222). Ancak, KM turizminin ana kaynaklarını binalar, mekânlar ve insan eliyle yapılmış eserler gibi, geçmişe ait somut kalıntılar oluşturmaktadır (Zeppel ve Hall, 1991: 35). KM turizmi mevcut zaman içerisinde geçmişi canlandırmak için fırsatlar sunmaktadır (Nuryanti, 1996: 250). Benzer şekilde Zeppel ve Hall (1991: 54) KM turizmini, bir yere ait tarih ve doğanın bir parçası olmak amacıyla bir arayış duygusu olarak tanımlamaktadır.

Bir başka görüşe göre, KM turizmi mekanların kendine has çekiciliklerinden ziyade, motivasyon ile açıklanması gereken bir turizm çeşididir. Bu görüşü savunanlar, miras alanlarını turistlerin motivasyonları üzerinden tanımlamaktadır. Bir turizm alt grubu olarak KM kaynakları, pazarda turistik ürünlerin sunumunda kullanılan çekirdek unsurlardır. KM çekiciliklerine yapılan ziyaretin sebebi, o yerin kültürel miras karakteristikleri üzerine şekillenmektedir. Nitekim turistlerin çekicilik algıları ile kültürel mirastan ne anladıkları arasındaki ilişki, turistlerin KM alanlarına olan motivasyonlarını da etkilemektedir (Poria, 2001: 1048).

Poria vd.'nin bu görüşüne karşılık, miras ürünü tedarikçilerinin rolünü tamamıyla göz ardı eden ve daha çok turistlerin taleplerini ön planda tutan bir anlayışı da savunanlar bulunmaktadır. Ayrıca bu görüşü savunanlar, KM turizmine katılım sağlamak için insanların motive edildiklerini ve bu motivasyon sayesinde insanların belli özelliklere sahip miras alanlarını mutlaka ziyaret etmeyi

arzuladıklarını savunmaktadırlar. Böylece, pazar ve reklam tedarikçilerinin rollerinin önemine de vurgu yapılmaktadır (Garrod ve Fyall, 2001: 1051).

1.3.1. Kültürel Miras Turizminin Önemi

Kültürel miras turizmi, turizmin bir alt grubu ve bir yerin kültürel ve miras özelliklerinden dolayı ziyaretindeki temel motivasyon noktası olmasına karşın, gelişimi açısından bir potansiyeli bulunmaktadır. Literatür kültürel miras turizminin, turizmin en hızlı büyüyen çeşitlerinden biri olduğunu göstermektedir. Türkiye’de 2001 yılında yaklaşık olarak 18 milyon kişi kültürel miras alanlarını ziyaret etmişken, bu rakam 2014 yılına gelindiğinde yaklaşık olarak 30 milyon kişiye ulaşmıştır (<http://www.tuik.gov.tr/>, 2016). Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre dünyada gerçekleştirilen seyahatlerin % 37’sini kültür seyahatleri oluşturmakta ve bu oran her yıl % 15 oranında artmaktadır (Hang, 2010: 25). Avrupa’da artan sayıda şehir, yerel kalkınma açısından stratejik sektör olarak turizmi seçmiştir. Bu sebeple küresel turizm trendi, destinasyonlarda kültürel miras turizminin arttığına işaret etmektedir. Kültürel miras çekicilikleri ziyaretçiler arasında ekonomik üretim ve popülerite bakımından, uluslararası öneme sahip ana kaynaklar haline gelmiştir. Turizm, küresel ölçekte en hızlı iş ve gelir meydana getiren bir endüstri konumundadır. Edwards ve Lurdes (1996) istihdam yaratma ve ekonomik üretim açısından kültürel miras turizminin önemine değinmektedirler. Bir kalkınma modeli açısından kültürel miras turizmi, gelirin dinamosu olarak dikkate alınmıştır. Light vd. (1994) kültürel miras turist özelliklerini orta sınıf, iyi eğitilmiş, orta yaş, çocuksuz, uzak tatil, tarihin ön bilgisi olarak sınıflandırmışlardır. Kerstetter vd. (2001)’ de yapmış oldukları bir çalışmada eğitim açısından KM turizmine katılanların % 54’ünün üniversite, % 21’nin ise lisansüstü eğitim sahibi olduğunu ortaya koymuşlardır. Kültürel miras alanlarını ziyaret edenlerin ortalama 3-4 gece konaklama yaptıklarını ve yolculuk başına kişi başı 615 dolardan fazla harcama yaptıklarını ve ortalama yıllık gelirlerinin ise 42,133 dolar seviyesinde olduğunu belirtmişlerdir. Martin, Bridge ve Valliere (2004), kültürel miras ziyaretçilerinin daha uzun konaklama yaptıklarını ve diğer turistlere nazaran 2 kat daha fazla yaptıklarını çalışmalarında ifade etmişlerdir. Bu nedenle KM turizmi ekonomik

kalkınmanın son derece önemli bir bileşenini ifade etmektedir. Ayrıca KM turizmi kültürel miras kaynaklarının korunması ve saklanması açısından bir finansal kaynak niteliğindedir. KM turizmi, ziyaretçileri için korunan, yorumlanan ve bir yerin hikâyesini anlatarak başlayan özünde tarih, gelenek ve göreneğin olduğu bir deneyimdir. Aynı zamanda KM turistleri tarih ve kültürü öğrenme fırsatını da yakalamaktadırlar. KM turizmi turistlerde dahil olmak üzere yerel sakinler açısından kaliteli bir yaşam gelişimi olabilir. Bir toplumun kimliğini korumada ve kendi kaynaklarını değerlendirmede bir araya gelmeleri açısından yardımcı olabilir. Waitt (2000) KM turizmi talebinin, aynı zamanda KM kaynaklarının farkındalığı ile ilişkilendirilebileceğini açıklamıştır. Russo ve Van Der Borg (2002)'a göre KM kaynakları destinasyonlar açısından değerli bir kaynak olarak düşünülürse, sadece ekonomik gelişimin bir parçası değil aynı zamanda sosyal gelişimin de bir parçası da olmaktadır. Buda onun önemini bir kat daha arttırmaktadır.

1.3.2. Kültürel Miras Çekicilikleri

Turizm doğal, ekolojik ve özellikle kültürel çekicilikleri kullanmaktadır. Her yörenin turizm açısından yeterli düzeyde ekolojik ve doğal çekiciliği olmasa da kendine özgü bir kültürel yapısı bulunmaktadır. TDK (2016) çekicilik kavramını, “çekici olma durumu, albeni, cazibe” olarak tanımlarken Oxford English Dictionary (1999: 367) ise “ilgi uyandıran eylem ya da güç” olarak tanımlamaktadır. Turizm kapsamında çekicilik kavramı ziyaretçilerin ilgi, aktivite ve eğlenceleri için planlanan ve yönetilen gelişmiş yerler olarak tanımlamaktadır (Gunn 1993: 58). Ancak bazılarının göre KM çekiciliklerini, diğer gündelik çekiciliklerle aynı kategoriye koymak mümkün değildir. Bunun nedeni ise, modası geçmiş ya da yıpranmış bazı turistik çekiciliklerin onarılması ya da yeniden yapılması mümkün iken, miras çekicilikleri için bunun mümkün olmamasından kaynaklanmaktadır. Bazı durumlarda kültürel miras kaynakları onarılamaz ve yeri doldurulamaz konumdadır (Millar, 1989: 11).

Ziyaretçi çekimi, turizm sisteminin temel bir parçasıdır (World Tourism Organisation, 1999). Dolayısıyla hiçbir ziyaretçi, turistik bir cazibeye kapılmadan

seyahat etmemektedir. Sözü edilen çekicilikler çeşitli ürünler, etkinlikler ve hizmetlerden oluşmaktadır ve bu nedenle ziyaretçi çekimi hakkında tam olarak bir tanımlama bulunmamaktadır. Swarbrooke (1995) turistik çekicilikleri 4 sınıfta tanımlamaktadır ki bunlar, doğal olanlar, ziyaretçi çekmek amacı dışında yapılan insan yapımı binalar, ziyaretçi çeken tarihi yapılar ve özel olaylardır. Stevens (1991) ise turistik bir çekiciliğin temel özelliğinin, gerek insan yapımı gerekse doğal olarak eğitim, ilgi ve eğlence açısından halka açık sürekli bir ilgi odağının oluşturulması olduğunu düşünmektedir. Burada eğlence unsuru olarak, turizm ile bağıntılı olan sinemalar, tiyatrolar, barlar, diskolar, kumarhaneler ve alışveriş merkezleri kastedilmektedir. Kültürel miras turizmi, kültür ve miras çekiciliklerine özel vurgu yapılan turizmin bir alt grubudur. Bu çekicilikler müzeleri, akvaryumları, performans sanatları merkezlerini, arkeolojik kazıları, tiyatroları, tarihi yerleri, anıtları, kaleleri, mimari eserleri, dini merkezleri ve hatta hayvanat bahçelerini de kapsayan, bir dizi kültür ve miras odaklı tesislerdir. Bazı araştırmacılar, kültürel miras alanları olarak kabul edilen çekiciliklerdeki görüş ayrılıklarını kabul etmektedirler (Bonn vd., 2007: 346-347). Ashworth (2000) ise KM turizminde, kültürel miras alanlarının maddi bileşenleri ile kültürel miras çekiciliklerinin somut olmayan çekiciliklerine vurgu yapmaktadır (Aktaran: Prentice, 1993: 314-315).

Öte yandan, kültürel çekiciliklerin farklı yapıları, onların sınıflandırılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sebeple aşağıda bulunan Tablo 1.1.'de Prentice (1993)'in belirlediği 23 kategoriden oluşan miras tipolojisi gösterilmektedir.

Tablo 1.1. Miras Çekicilikleri Tipolojisi

Çekicilik Türleri	Tanımlama
1. Doğal tarih	Doğal kaynaklar, doğal yollar, su yaşam manzaraları, ender bulunan tür merkezleri, yaban hayatı parkları, hayvanat bahçeleri, kelebek parkları, şelale parkları, jeomorfolojik ve jeolojik yerler, mağaralar, boğazlar, uçurumlar

2. Bilimle ilgili	Bilim müzeleri, teknoloji merkezleri, uygulamalı bilim merkezleri, alternatif teknoloji merkezleri
3. İlk üretim ile ilgili	Tarımsal çekicilikler, çiftlikler, mandıralar, tarım müzeleri, üzüm bağları, balıkçılık, madencilik, taş ocakçılığı, su depoları
4. Zanaat atölyeleri ve merkezleri (el yapımı ürün ve süreçleri)	Su ve yel değirmenleri, heykeltıraşlar, çömlekçiler, ağaç oymacılar, işlenmiş madenler, cam sanatçıları, ipek işleyenler, dantel yapanlar, dokuma tezgâhları, köy sanatları
5. İmalat Sanayi (malların kitlesel üretimi ile ilgili)	Seramik ve porselen fabrikaları, bira fabrikası, elma şarabı fabrikaları, içki imalathaneleri, ekonomik tarih müzeleri
6. Taşıma	Taşıt müzeleri, turistik ve korunmuş demiryolları, kanallar, sivil nakliye, sivil havacılık, motorlu taşıtlar
7. Sosyo-kültürel	Yöresel evler de dâhil olmak üzere, sosyal tarih müzeleri, kıyafet müzeleri, mobilya müzeleri, çocukluk çağı müzeleri, oyuncak müzeleri gibi tarih öncesi ve tarihi yerler ve görüntüler
8. Tarihsel kişilerle ilgili	Yazarlar ve ressamlarla ilgili yerleşim yerleri ve alanlar
9. Sahne sanatları	Tiyatrolar, sokakta sergilenen sanatlar, performans sanatları atölyeleri
10. Keyif bahçeleri	Süs bahçeleri, botanik bahçeleri, model köyler
11. Tema parklar	Nostalji parklar, tarihi serüven parkları, çocuklar için peri masalı parkları (eğlence parkları hariç)
12. Galeriler	Prensip olarak sanat galerileri
13. Festivaller ve gösteriler	Tarihi fuarlar, geçmiş çağları canlandıran festivaller, kırsal festivaller
14. Geleneksel saha sporları	Balıkçılık, avcılık, atıcılık vb.

15. Görkemli ve atalardan kalma evler	Saraylar, kır evleri, köşkler
16. Dinsel	Katedraller, manastır kiliseleri, manastırlar, camiler, türbeler, çeşmeler, pınarlar
17. Askeri	Kaleler, savaş alanları, askeri havaalanı, tersaneler, tutuklu ya da savaş kampları, askeri müzeler
18. Soykırım anıtları	Soykırım ya da nüfusun kitleler halinde yok edildiği alanlar
19. Kasaba ve şehir manzarası	Tarihi şehir manzaraları ve kentsel bina grupları
20. Köyler ve mezarlar	Kırsal yerleşimler ve genellikle 20. yy öncesi mimariler
21. Kırsal ve değerli manzaralar	Milli parklar ve ziyaretçilerin hoşlandığı, fakat resmi olarak isim verilmemiş olan diğer kırsal manzaralar
22. Sahildeki mesire alanları	Geçmişteki çağları ait sahil kasabaları ve deniz manzaraları
23. Yörelere	Ziyaretçileri ya da sakinleri tarafından farklı olarak tanımlanan, tarihi ve coğrafi alanlar, ülkeler ve araziler

Kaynak: Prentice (1993: 39)

Tarihi kasabalar ile ilgili çalışmalar yapan Orbaşlı'ya göre, turistlerin kültürel çekicilikleri ziyaret etmesinin sebebinin altında onlara sunulan hizmetin kalitesi yatmaktadır. Gelecekte, miras kaynakları temelli herhangi bir çekiciliğin gelişmesi için, aşağıda ifade edilen belli kriterlere uyulması gerekmektedir (Orbaşlı, 2000: 82):

- Sürdürülebilir olmalı ve yerel halka hitap etmeli,

- Mirası geliştirmek için kullanılmalıdır, hâlihazırda başarılı olan çekicilikler kopya edilmemelidir,
- İnsanların tatil deneyimlerine etki edebilmesi için önemli bir derecede olmalıdır,
- Daha geniş bir ziyaretçi yönetim planının önemli bir parçası olmalıdır,
- Kendisinden beklenen tüm olanakları sağlamak zorundadır.

Millar (1989)'a göre, kültürel çekiciliğin tek satış noktası bu çekiciliğin kendi özgünlüğü ve eşsiz olmasıdır. Ayrıca onun özellikleri, mekâna eklenen yeni değerler olabilir. Ancak eşsiz bir özellik yaratmak için dikkatli bir çalışma ortaya konulmazsa, bu durum zararlı sonuçlar doğurabilir. Örneğin, çekicilikler otantikliğini kaybedebilir. Birçok durumda kültürel faaliyetler, turistleri eğlendirmek adına tarihsel doğruların saptırılmasıyla suçlanmaktadır. Bunun nedeni ise, kültürel çekiciliklerin eşsiz olmalarını sağlama yönünde, yüksek pazar odaklı pozisyonlarının bir sonucu olarak cazip, eğlenceli ve aynı zamanda rekabetçi olabilmeleri için çaba gösterilmesidir. Sonuç olarak bu durumun, miras çekiciliklerinin gelecekte algılanması açısından olumsuz etkileri olacaktır ve miras endüstrisinin itibarını zedeleyecektir. Diğer taraftan, Butler (1999) miras çekiciliklerinin kamu kuruluşları tarafından kullanılması ile sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi arasında farklar olduğunu belirtmektedir. Mekânları turizmin içine yerleştirmek için miras yönetimi yaklaşımı son derece önemlidir. Bu sayede insanlar gelecekte miras kavramını daha iyi anlayacak ve değerini bileceklerdir.

Geçmişten gelen ve halkın menfaati için korunmaya ve dizayn edilmeye değer miras ve olayların, KM turizmi hakkındaki tartışmalarla ilişkisi apaçık ortadadır. Kısacası, KM turizmi ile ilgili açıklamalar genel olarak üç faktörü kapsamaktadır. Bunlardan birincisi mirasın şu anki tüketicilerin algılanan ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulan çağdaş bir ürün gibi ele alınması, ikincisi kaynaktan ziyade sektör açısından bir üretim süreci olması ve üçüncü olarak ise hedef pazar için kaynak seçiminden dolayı, süreçteki tüm aşamalar için gerekli olan müdahale olmasıdır. Miras turizmi endüstrisinin büyümesi ile birlikte bazı konu ve problemlerin ortaya

çıkma ihtimalini göz önünde bulundurmak önemlidir. Bunların arasında KM çekiciliklerinin yönetiminin yanı sıra, yerel topluluklar ile KM turizmi arasındaki ilişki, turistlerin davranışları ve beklentileri bulunmaktadır (Omar, 2013: 95).

1.4. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Gelişimi

Sürdürülebilirlik kavramının ilk olarak ortaya çıkışı ve bununla ilgili görüşlerin öne sürülmesi bizleri 1970’li yıllara götürmektedir. 1972 yılında Birleşmiş Milletler’in (BM) Stockholm’de yapmış olduğu Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı (UNCHE) isimli konferansta, sürdürülebilirlik kavramı üzerinde hassasiyetle durulmuş ve konferansın yapıldığı 5 Haziran günü “Dünya Çevre Günü” olarak ilan edilmiştir. Daha sonraları 1980 yılında Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN, The International Union for the Conservation of Nature), 1987’deki Brundtland Raporu, 1992’deki Rio Konferansı ve 2002 yılındaki Johannesburg Zirvesi sürdürülebilirlik kavramının önemine değinildiği ve hakkında kararların alındığı önemli görüşmeler olarak bilinmektedir. Özellikle Brundtland Raporu’nda sürdürülebilirlik kavramı ilk defa turizm ile ilişkilendirilerek tanımlanmıştır. Her ne kadar bu rapordan önce sürdürülebilirlik kavramı ve turizm arasındaki ilişkiye dair politik ve akademik söylemler olsa da, özellikle bu rapordan sonra her iki kavram arasındaki ilişki esaslı bir konu olarak ele alınmaya başlanmıştır (Mercan, 2010: 3-4). 1980 IUCN ve 1987 Brundtland Raporu başta olmak üzere yukarıda bahsedilen örgüt ve görüşmelerde sürdürülebilirlik ile ilgili olarak şu ilkeler belirlenmiştir (Kervankıran, 2011: 58):

- Bütüncül planlama ve strateji geliştirme,
- Temel ekolojik süreçleri koruma,
- İnsan mirasını ve bioçeşitliliği koruma,
- Verimliliğin uzun döneme yayılmasına ve gelecek nesillere ulaşmasını sağlayan büyüme modelleri oluşturma,
- Ekonomik büyüme ile doğal kaynaklar arasında dengeyi koruma,
- Ülkelerin sahip olduğu imkânlar konusunda dengeyi sağlama

Son yıllarda başta turizm olmak üzere birçok alanda sürdürülebilirlik kavramı, en çok konuşulan ve tartışılan konulardan bir tanesi olmuştur. Sezgin ve Karaman (2008) sürdürülebilirlik kavramını; “*Belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yetkinliği*” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca sürdürülebilirlik; bugünün gereksinimlerini, gelecek nesillerin gereksinimlerini karşılayabilme kabiliyetinden taviz vermeden karşılayan bir kalkındır. Bu süreç içerisinde sahip olunan kaynaklardan kesintisiz olarak istifade edilmeli, bu istifade sonucunda maksimum koruma sağlanmalı ve özellikle çevreyi koruma bilinci göz önünde tutulmalıdır (Sezgin ve Karaman, 2008: 429). Sürdürülebilirlik ile ilgili bir başka tanıma göre; insanların ortaya koydukları çabaları ile onların sosyo-kültürel ve doğal çevreleri arasında bir ahengin söz konusu olduğu bir denge durumunu ifade etmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 95). Bu tanıma göre sürdürülebilirlik kavramı, bir taraftan ekonomik açıdan gelişmeyi hedeflerken, diğer taraftan fiziki, sosyal ve kültürel çevrenin de devamlılığını ve iyileştirilmesini hedeflemektedir. Ancak hiç durmaksızın artış gösteren nüfusun ihtiyaç ve arzularına bağlı olarak, üretim ve gelişme sürdükçe, bu sürece dâhil edilen doğa ve insan kaynaklarının miktar ve bileşimlerinde de değişimler meydana gelecektir. Böyle bir durumda sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi için fiziki ve beşeri sermayeye yapılan yatırımların değerinin, kullanılan doğal kaynakların değerine en azından eşit olması beklenmelidir (Aktaran, Doğan, 2014: 3). Bu açıdan bakıldığında sürdürülebilirlik kavramı, sadece ekonominin bileşenlerini oluşturan sektörlere değil aynı zamanda yaşamın tüm noktalarına yansıtılabilecek bir felsefeyi ifade eder (Doğan, 2014: 3). Bauen, Baker ve Johnson (1996)’a göre sürdürülebilirlik, uzun dönemde çevresel, ekonomik ve toplumsal sağlıkla ilgili olduğundan tekil bir hareket ya da yaklaşım olarak görülmemektedir. Bu sebeple ekonomik çeşitlilik ve sağlıklı çevreler oluşturarak bunların devamlılığını sağlayabilmek için yeni yöntemler geliştirmek gerekmektedir. Pierce’e göre ise sürdürülebilirliğin “yeniden yenilenemeyen kaynaklar fiziksel olarak az bulunur olduklarından, birbirinin yerine kullanılabilen kaynakların elde edilmesinin ve kaynakların kullanımından doğan çevresel etkilerin ve atıkların Dünya’nın kaldırabileceği kapasiteyi aşmamasının

garanti edilmesini içermekte olduğu” düşüncesini belirtmektedir (Aktaran: Cantimur, 2011: 9-10).

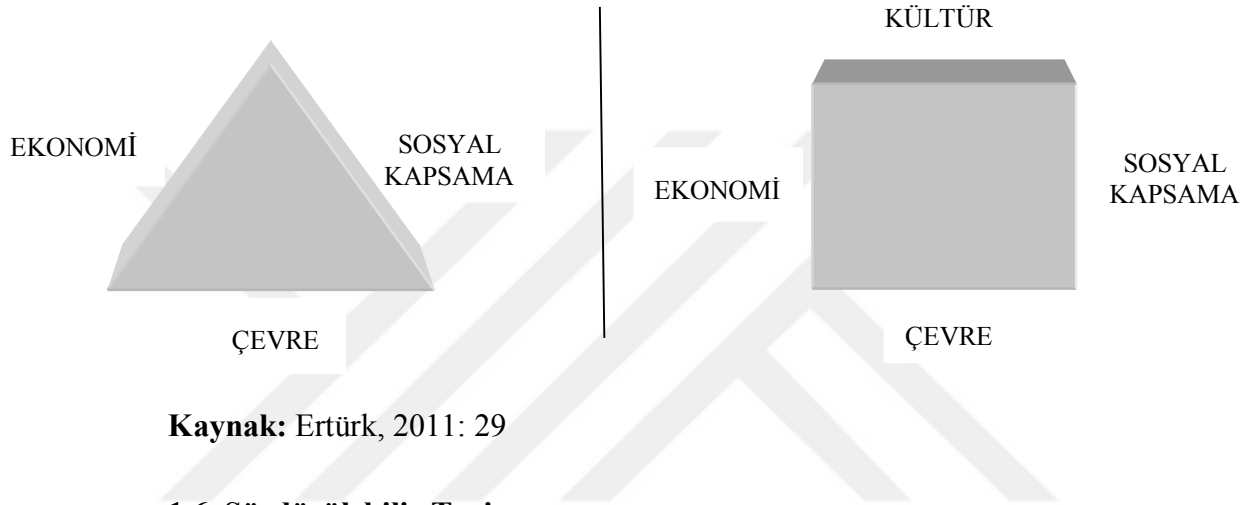
1.5. Sürdürülebilirlik ve Kültür İlişkisi

Toplumların ve ekonomilerin gelişmesi temelde 3 faktör sayesinde gerçekleşmektedir. 19. yüzyıl araştırmacılarına göre birinci faktör “ekonomik” faktördür ve bu toplumların zenginleşmesine olanak sağlamaktadır. 20. Yüzyılın ilk yarısında yapılan araştırmalar ise ikinci faktörün “toplumsal” olduğunu ortaya koymuş ve bu faktör önceki aşamada gerçekleşen zenginleşmemin toplumun içerisinde tekrar paylaşılmasını sağlamaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısında yapılan çalışmalar ise bu sac ayağının üçüncüsü olan “çevre” faktörünü ortaya koymuş ve buna göre ekolojik olarak çevre sorumluluğunu ön plana çıkarmıştır (Brundtland Raporu, 1987: 11, http://www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa, Erişim: 01.01.2017). 1980’lerde bir araya toplanan bu üç temel faktör, sürdürülebilir gelişmenin temel üçgenini oluşturmaktadır. 1990’larda ise daha da güçlü bir hal alarak günümüze kadar kamu otoritesinin bir çözüm-eylem planı olarak yerel, ulusal ve küresel stratejilerinde kullanılmıştır. AB’nin geliştirmiş olduğu Avrupa 2020 Stratejisi bu üçgen üzerine inşa edilmiş olup konu ile ilgili en güzel örneklerden birisini teşkil etmektedir (Europe 2020 Strategy, 2010: 11-19).

Günümüzde yukarıda bahsetmiş olduğumuz üçgeni oluşturan unsurlar, kültürel anlamda dünyayı anlamakta, kentlerin ve kültürlerin karşılaştıkları sorunları çözmekte yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple 21. Yüzyılın başından itibaren farklı alanlardan birçok araştırmacı, sürdürülebilirlik politikalarının dayanmış olduğu bu üç temel öğenin yeterli olmadığını, oluşturulan bu modelin kapsamının genişletilmesini gerekliliğini belirtmişlerdir. Dördüncü olarak “kültür” öğesinin bu modele katılımını sağlamadan, sürdürülebilirliğin ve ülkelerin kalkınma politikalarının varlığı ve etkinliği mümkün görünmemektedir. Avustralyalı araştırmacı John Hawkes’in, 2001 yılında kaleme aldığı “Sürdürülebilirliğin Dördüncü Dayanağı: Kültürün Kamu Planlamasındaki Temel Rolü” adlı eseri, konu ile ilgili önemli bir kaynağı teşkil

etmektedir. Bu dördüncü öge, bir toplumun gelişebilmesi için kültürün ekonomik, toplumsal ve çevresel faktörlerle aynı önem düzeyinde ele alınması konusunu savunabilmeyi sağlamaktadır. Kültür konusu, sürdürülebilirliğin temel dayanaklarını oluşturan diğer öğeler arasından muhteşem bir uyum göstermekte ve sağlam köprüler oluşturmaktadır (Ertürk, 2011: 27-28).

Şekil 1.4. Sürdürülebilir Kalkınmanın Eski Üçgeni ve Yeni Karesi



Kaynak: Ertürk, 2011: 29

1.6. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm kavramı ile ilgili günümüze kadar birçok tanım yapılmıştır. Urry'e göre sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerini oluşturan varlıkların ve etkenlerin nitelik ve niceliklerini kaybetmeden devamlılıklarının sağlanmasıdır. Çakılcıoğlu'na göre ise sürdürülebilir turizm; insanın etkileşim içerisinde olduğu ya da olmadığı, çevrenin bozulmadan ve değiştirilmeden korunduğu, ekolojik sürecin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamın devamlılığının sağlandığı, aynı zamanda toplumun kültürel bütünlüğünün korunduğu, tüm olanakların ev sahibi toplumun ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik açıdan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarının karşılayabileceği şekilde yönetildiği bir kalkınma modelidir. Dünya Turizm Örgütü (WTO, 1998) ise sürdürülebilir turizmi bir gelişim süreci olarak ele alırken şu tanımlamayı yapmaktadır: Sürdürülebilir turizm gelişimi, geleceği yaratmak adına fırsatlar oluştururken, şimdinin turistleri ve ev sahibi toplumların da beklenti ve

ihtiyaçlarının karşılanmasıdır (Kervankıran, 2011: 62). Yapılan tanımlamaların birçoğunun ortak noktasına göre sürdürülebilir turizm ile ilgili şöyle bir tanım ortaya çıkmaktadır:

“Turizm gelişmelerine paralel olarak, doğal, kültürel, ekolojik ve biyolojik tüm kaynakların korunması ve sürekliliğini sağlayarak, turizm faaliyetlerinin planlanması ve yürütülmesidir” (Aktaran: Kervankıran, 2011: 62).

Teknolojik alanlarda yaşanan gelişmeler ile birlikte ulaşım alanında kullanılan araçların konfor ve kalitesi artmış, uzak mesafelere ulaşım kolaylaşmış ve bu ihtiyaçlar için ayrılan bütçe ve zaman miktarı azalmıştır. İnsanlar günümüzde dünyanın bir ucundan diğer ucuna özgürce seyahat edebilmekte, bunun için geçmiş yıllara nazaran daha az para ve zaman harcamaktadır. Ulaşım alanında yaşanan bu hızlı değişim, beraberinde turizm endüstrisinde de gelişmeleri doğurmuştur. Sivil havacılıkta faaliyet gösteren firmaların sayısının ve beraberinde kalitenin artması ve oluşan rekabet ortamında fiyatların makul seviyelerde olması, aynı gelişmelerin karayolu, demiryolu ve denizyolu ulaşimleri açısından da yaşanması, dünya genelinde turizm faaliyetlerine katılımı yoğun bir şekilde artırmıştır. Özellikle turizmin istihdamı artırıcı, ekonomideki açığı kapatıcı ve ülkeye döviz kazandırıcı etkilerinden dolayı birçok ülke turizm sektörünü geliştirmek için yoğun bir çaba içerisine girmiş fakat bu süreçle birlikte turizmin beraberinde getirdiği olumsuzlukları göz ardı etmişlerdir. Artan turizm faaliyetleri öncelikli olarak çevresel sorunlara sebebiyet vermiş ve beraberinde sosyal, kültürel, tarihsel ve toplumsal yapı ve değerleri tehdit eden bir süreci de getirmiştir. Bu durum özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından daha da olumsuz bir hal almaya başlamıştır. (Doğan, 2013: 19).

Turizm tarihine bakıldığında, faaliyetlerin daha çok kitle turizmi üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Başta turizm yatırımcıları olmak üzere yerel yönetim birimleri, turizm faaliyetlerini planlarken kente miras kalan coğrafyasını, topografyasını, kültürel miras unsurlarını turistlere pazarlamışlar fakat söz konusu değerleri korumak konusunda yetersiz kalmışlardır. Bu yetersizlik kültürel ve doğal

değerlerin plansızca tüketilmesine ve özellikle fiziksel yapılar üzerinde onarımı güç hatta bazı durumlarda imkânsız olan tahribatlara yol açmıştır. Zaman içerisinde değişen turist profili ve kitlesel turizmin doğa ve kültürel miras unsurlarına vermiş olduğu zararlar fark edilmeye başlanmış, bu olumsuzları bertaraf edecek yeni turizm türleri geliştirilmiş ve beraberinde sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmeye başlamıştır (Altanlar ve Kesim, 2011: 2).

1.6.1. Turizmde Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik sadece gelir bağlamında değil aynı zamanda turizmin ekonomisinin tüm yönleriyle de ilgilenmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik ile ilgili en önemli faktör yerel ekonomilerdeki bağlantıların yoğunluğudur. Turizmin ekonomik faydalarının ve maliyetlerinin adil olarak dağıtılması, sadece turizm faaliyetlerinin ekonomi ile yakından ilişkilendirildiği bir ekonomik ortamda olabilir. Bu ekonomik bağlantılar ekonomide bir çarpan etkisi yaratmaya yardımcı olurlar. Şöyle ki; turistler tarafından harcanan para, istihdam ve gelirden daha fazla fayda üretmek ve yerel ekonomiye daha büyük etkide bulunmak için dolaştırılır (Lau, 2010: 10).

Turizmde dağınık, küçük ölçekli yerel işletmelerin, belli bir bölgedeki, daha geniş ölçekli yabancı sahipli işletmelere nazaran daha fazla çarpan etkisine sahip oldukları görülmektedir (Brohman, 1996: 56). Bu sebeple turizm planlamasındaki karar mercileri yerel ekonomi içerisindeki bağlantıları teşvik edebilirler. Turizm endüstrisindeki çalışmalarla ilgili bilgiler, onun sürdürülebilirliğini geliştirmek açısından etkili müdahalelerin tasarımı için oldukça önemlidir. Bu bilgiler kamu ve özel sektör için mali ya da aynı destek kaynakları veya turizm gelirlerinin tahsisi içerikli olabilir. Ayrıca bu bilgiler, toplumlardaki zenginliğin belli tabakalarda birikmesine engel olmada veya izin verilen gelirin yabancı turizm faaliyetleri vasıtasıyla toplumun dışına sızmasında karar mercilerine yardımcı olabilir. Aynı şekilde, turizm endüstrisindeki yerel istihdamın büyük oranda teşviki, ekonomideki yoğun bağlantıların kritik bir parçasıdır. Böylece sürdürülebilir turizm gelişimi, yerel işgücü kaynağından kabul edilebilir oranlarda turizm sektöründe istifade edilmesini

sağlamakta, işçilere yeni yeteneklerin elde edilmesi fırsatlarını sunmakta, amaca uygun eğitim ve bilginin elde tutulmasını sağlamakta, yönetim pozisyonlarına terfi sağlamakta, uluslararası standartlarda adil ücret koşullarında çalışma imkânı sunmaktadır. Böyle bir teşvik süreci, istihdamı etkileyici olan turizmin belirli ekonomik özelliklerini dikkate almak zorundadır. Çünkü turizm sektörü, turizmdeki mevsimlik işgücünün yarattığı belirsizlik ve kapalı sezondaki işgücünün göç hareketinin yanı sıra, ekonomik istikrarsızlıklarda oldukça hassas bir yapıya sahiptir. Bu alanları etkileyen yeni politika ve programlar turizm gelirlerinin, ekonomideki farklı sektörlerle dağılmasına yardımcı olabilir (Stronza, 2001: 69).

1.6.2. Turizmde Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramının turizm açısından önem arz ettiği bir başka husus ise toplumların sosyo-kültürel yapısı ile ilgilidir. Sürdürülebilir gelişmenin ekonomik unsurların yanı sıra, turizmin sosyal ve kültürel rahatsızlıklarını azaltıcı etkisi de bulunmaktadır. Nitekim yabancı turistlerin davranışlarının ve etkinliklerinin ev sahibi toplumların sosyo-kültürel yapısını tehdit ettiğine inanılmaktadır. Her ne kadar böyle bir inanış yaygın olsa da, bu durum bilimsel açıdan net bir şekilde ortaya konulamamıştır (Lau, 2010: 11-12).

Küreselleşme bilinenin ötesinde, baştan sona sosyal ve kültürel kimlik üzerinde yarattığı erozyon açısından da incelenen bir yapıdır. Ayrıca, turizmin yerel kültürleri kendi geleneksel köklerinden kopartarak, küresel kültür içerisinde yozlaştırıcı bir etkisinin olduğunu ortaya koyan, kültürel değişim anlayışı da bulunmaktadır. Bu sebeple küreselleşmenin uluslararası turizm üzerindeki etkilerini tam olarak ortaya koyan tatmin edici bir açıklama henüz bulunmamaktadır. Sonuç itibarıyla sürdürülebilir turizmi geliştirme girişimleri bu türlü özel durumlara çözüm önerileri getirmeden önce, sosyal ve kültürel değişim sürecini daha iyi anlamak için çaba göstermelidir (Liu, 2003: 468, Mowforth and Munt, 1998: 33, Lau, 2010: 12).

Sürdürülebilir turizm gelişimi savunucuları, ekonomik yeniden yapılanma ve gelişmenin eşlik ettiği turizm endüstrisinin küreselleşme sürecini, aynı zamanda

sosyal bozulma süreci ile yakından ilişkilendirmektedirler. Şöyle ki, gelirin akışı ve değişen yolları, toplumdaki ekonomik rollerin ve bu yolla cinsiyet algısını etkileyebilecek ölçüde dönüştürücü bir sosyo-ekonomik güce sahiptir. Sürdürülebilir turizm gelişimi, sosyal gelişimin başarılması için atılan adımlardan istifade etmek için çabalamaktadır. Örneğin eğitim ve yerel katılım, sürdürülebilir turizm gelişimi açısından başarılı bir girişimin gereği olarak düşünülmektedir. Bunun yanında yeteneklerin ve bilginin gelişmesi için yeni fırsatlar vermek, önemli sivil roller ve sorumlulukları üstlenmek ve turizm hakkında karar verme süreçlerine katılım toplumda daha iyi değişimlere yol açabilir (Mowforth ve Munt, 1998: 111). Bu amaçlara bakıldığında sakıncalı görünmeyebilirler; fakat sanayileşmiş ülkelerdeki aktörlerin, az gelişmiş ülkelerdeki turizm endüstrileri üzerinde hâkimiyet oluşturma çalışmalarına bakıldığında bu amaçlar ideolojik bir boyut kazanmaktadır. İster istemez bu siyasi unsur, ülkeler arasındaki samimiyet veya sürdürülebilir turizm gelişiminin faydaları sebebiyle önceden hesaplanamayabilir. Ancak bu siyasi unsur yabancı aktörler açısından, yerel turizm kaynakları üzerinde herhangi bir kontrol kaybının sürdürülemez büyüme ile bağlantılı olabileceğinin bir göstergesidir. Bu durum ise sürdürülebilir turizm gelişiminin yerel toplum temsilcileri tarafından toplumun amaçları ile tam olarak uyumlu bir şekilde yönetilmesi gerektiğini göstermektedir. Turizm kavramı, kültürel erozyonun katalizörü olarak incelendiğinde öncelikli şikâyet, turizmin kültür değerlerindeki kimlik kaybına neden olmasıdır. Buna bağlı olarak turizm endüstrisi, yerel kültürlerin turist beklentilerine benzemek için adapte edildiği bir kültürel nakil süreci oluşturmakla sorumlu tutulmaktadır (Stronza, 2001: 70). Bu süreç, bir yerel toplumda yerleşik bulunan konaklama ve yemek türlerini, geleneksel eğlenceleri, arkeolojik ve mimari mirasları etkileyen çok yönlü bir bozulma sürecidir. Bu şekilde turizm, kültürün transforme edilmesiyle kontrol edilmesi zor bir süreç haline gelmektedir. Burada önemli olan husus, istenmeyen kültürel dönüşümlerin ayırt edilebilmesidir. Kültür açısından otantiklik ve gelenekler ne kadar değerliyse, ilerleme ve değişim de bir o kadar önemlidir. Sonuç itibari ile ev sahibi toplumların turizmi cezbetmek için almış oldukları önlemlerin, kendi kültürlerindeki bir takım değerleri kaybetmek gibi büyük bir riski de bulunmaktadır. Kültürün daima gelişmenin bir parçası olduğu gibi, sürdürülebilir

turizm gelişimi de ekonominin içine turizmi dâhil etmek için toplumsal hedeflere olanak sağlamalıdır. Aynı zamanda sürdürülebilir turizm yaklaşımı, turizm ile ekonomi arasında dengeyi oluşturmayı araştırırken, kendi kùltür ve mirası korunması için gerekli olan önlemleri de almak durumundadır (Lowenthal, 2000: 20; Lau, 2010: 12-13).

1.6.3. Turizmde Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevre, canlı ve cansız varlıkların arasındaki etkileşimlerin tamamından oluşan bir yapıdır. Bu canlı ya da cansız varlıklar üzerinde doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkide bulunabilecek fiziksel, kimyasal, toplumsal ve biyolojik faktörlerin tamamı çevrenin unsurlarını oluşturmaktadır. İnsan müdahalesinden bağımsız olarak oluşan hava, su, yer altı zenginlikleri gibi yapıların tamamına birden doğal çevre denilirken; insanlık tarihi ile birlikte oluşmaya başlayan içinde evler, yollar, tarihi yapılar gibi unsurların oluşturduğu yapıların tamamına yapay çevre adı verilmektedir. Zaman içerisinde nüfus, sanayileşme, kentleşme, turizm gibi sebeplerden dolayı çevre sorunları ortaya çıkmaktadır. Tarihi, kültürel ve doğal kaynaklardan istifade etmek süreci olarak turizm, bahsedilen bu yapıların tahrip olmasına yol açmaktadır. Turizmin geleceği çevreye bağlı olmakla birlikte, ekolojik dengenin bozulmasında oynamış olduğu rol önemli bir çelişki doğurmaktadır. Turizmden kaynaklanan çevresel sorunlar doğal suların, havanın ve denizlerin kirlenmesi, yeşil alanların tahrip olması, tarımsal verimli arazilerin turizme tahsis edilmesi, ormanların yok olması, aşırı kalabalıklaşma gibi başlıca konulardır (Can, 2008: 4-6).

Turizmde çevresel sürdürülebilirliğin konusuna, Dünya Turizm Örgütü'nün 1980 yılında yayınladığı Manila Bildirgesi'nde rastlamak mümkündür. Bu bildirmede, "turizm kaynaklarının sürekli kontrol altında tutulmasına, turizm ihtiyaçları giderilirken turizm bölgelerindeki nüfusun sosyal ve ekonomik yaşamına dikkat edilmesine, tarihi ve kültürel çekiciliğe sahip turistik alanlara zarar veren faaliyetlerden uzak durulmasına ve evrendeki tüm turizm kaynaklarının insanlığın mirası olduğuna" vurgu yapılmış ve küresel çapta turizm kaynaklarının korunması

açısından kapsamlı bir planlamaya ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Sonraki yıllarda Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ortak bir bildirme yayınlayarak; “turizm gelişmesinin sağlanabilmesi için insanlığın çevresini oluşturan unsurların muhafaza edilmesi, geliştirilmesi, kalitesinin artırılmasının öncelikli şart olduğu ve buna karşın turizmde etkili bir yönetim anlayışı ile kültürel ve fiziksel çevrenin gelişmesine, yaşam kalitesinin artırılmasına katkı sağlanabileceği” görüşü öne sürülmüştür (Aktaran: Demirel, 2010: 26).

Doğal kaynakların izlenmesi ve çevresel koruma, turizmde sürdürülebilirlik açısından önemli bir rol oynamaktadır. Turizmde çevresel sürdürülebilirlik üzerine yerleştirilen tarihi vurguya rağmen, turistik destinasyonlardaki çevre koruma politikaları ve programlarını şekillendirmek için çevreciler, hükümetler ve turizm profesyonelleri arasında önemli bir mücadele bulunmaktadır. Reformizmden radikalizme kadar birçok yaklaşım kapsamında çevresel sürdürülebilirliğe itiraz edilmesinden bu yana, birbirinden oldukça farklı olan bu görüşlerin sürdürülebilirlik kapsamındaki çevresel etkileri takip edilmektedir. Örneğin reformizm, çevresel sürdürülebilirliği “açık yeşil stratejiler” olarak adlandırarak bu kavramı, turizm sektöründeki ekonomik büyümeyi öncelikli olarak hedef alan zayıf bir ifade çeşidi olarak tanımlamaktadır. Koruma kavramı ise, turizm endüstrisinin ziyaretçiler açısından kabul edilebilir seviyelerde kabul ettiği, doğal kaynakların sürdürülmesi anlamında kullanılmaktadır. Radikalizm ya da “koyu yeşil stratejiler” ise, turizm gelişimine yön veren sürdürülebilirlik savunucularının tedbir amaçlı güçlü fikirleri olarak nitelendirilmektedir. Bu yaklaşımlara bakıldığında, bir yelpazenin iki ucu gibi çoğu çevre koruma stratejilerinin bazı kutuplaşmaların içerisinde yer aldığı görülmektedir. Tüm bu yaklaşımlar içerisinde reformist yaklaşım açısından bir fikir birliği oluşturmak diğer görüşlere nazaran daha kolaydır. Bu nedenle çevresel koruma için önleyici planların yasalaştırılmasının karmaşık süreci ile birlikte, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması için uygulanan radikal müdahalelerin daha az yaygın olduğu görülmektedir. Ancak bu reformist yaklaşım turizmde çevresel sürdürülebilirlik açısından daha aydınlatıcı bir rol oynamaktadır. Turizm sektörünün çevresel etkisi uçak yolculuklarının yol açtığı kirlilik gibi küresel

olabilir. Fakat geniş yelpazedeki sürdürülebilirlik önlemleri, turizmin ev sahibi destinasyonlar üzerindeki etkisi ve plajlar ya da kaplıcalar gibi yerel turizmi doğrudan ilgilendiren kaynaklara odaklanmaktadır. Bu sebeple koruma politikaları ve programları, çevresel konularda problemlerin önlenmesi ya da çözümü için geniş bir bakış açısının zorunlu olduğunu ve turizmin geniş çevresel etkisinin varlığını göz önünde bulundurmalıdır. Böyle bir düşünce sürdürülebilir gelişmede daha geniş çözümler üretebilmek adına yeni kapılar açacak ve turizm sorunlarını çözmek için sosyal bağlar oluşturmak suretiyle toplumun diğer yönlerini de güçlendirecektir (Hunter, 2002: 17, Lau, 2010: 15).



BÖLÜM 2: SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİ

2.1. Kültürel Miras Yönetimi Kavramı ve Gelişimi

Kültürel miras yönetimi (KMY) kavramı 1990'lı yılların sonuna doğru ortaya çıkan ve turizm alanına ilgi gösteren uzman kişiler ve çalışanlar açısından oldukça yeni olan, kültürel kaynaklarla ilgili birçok anlamı bünyesinde barındıran oldukça geniş bir kavramdır. Tam olarak adı bu şekilde anılmasa da kültürel miras yönetimi 19. yüzyılda bir yaklaşım olarak ortaya çıkmış ve bu yaklaşımın etkilerinin 20. yüzyılın ortalarına kadar sürdüğü görülmüştür. Özellikle bu dönemler arasında KMY'nin temel ilgi alanı, hukuki anlamda anıt statüsü elde etmiş olan tarihi yapıların muhafaza edilmesi, modernizm sürecinin oluşturduğu yıkıcı değişim sürecinde geçmişe ait özel anlam taşıyan yapıların bu yıkımdan kurtarılması ve koruma altına alınması olmuştur. Cleere, "Archaeological Heritage Management in the Modern World" (Modern Dünyada Arkeolojik Miras Yönetimi) isimli kitabında, arkeolojik miras yönetiminin "1666 İsveç Kraliyet İlanı" ile birlikte başlamış kabul edilebileceğini belirtmektedir. Bu ilanda, ülkede bulunan antik bütün nesnelerin İsveç Kraliyeti'ne ait birer mülk olduğu belirtilmiş ve böylelikle ilk defa geçmişe ait kalıntıların ulusal bir yasa ile koruma altına alınması sağlanmıştır. Çünkü bugüne kadar antik değerler resmi bir değer olarak tanınmamıştır (Cleere, 2000: 1). 19. Yüzyıldaki Romantik Hareket "kültürel mirasın keşfi, korunması ve bakımının devletin sorumluluğunda olmalı" fikrinin gelişmesinde etkili olmuştur. Bu fikir daha sonraları 1930'larda uluslararası alanda da ilgi görmeye başlamıştır (Konsola, 1995: 61). II. Dünya Savaşı patlak verdiğinde birçok ülke bir araya gelerek kültürel miras ile ilgili bir mevzuat oluşturmuştur. Ancak o dönemde, bu ülkelerin birçoğunda arkeolojik miras yöneticiliği uzmanlık alanı tam olarak oluşturulmadığından, ancak savaştan sonraki dönemde kültürel miras yönetiminin geliştirilmesi için gerekli olan şartlar sağlanabilmiştir. Bu dönemde kültürel miras yönetimi fikrini önemli hale getiren koşullar öncelikli olarak savaşta tahrip olan Avrupa topraklarındaki kazı işleri, teknolojik ve ekonomik gelişim, sömürge mücadeleleri ve ulusal kimliği oluşturan ve destekleyen mirasın rolü olmuştur. Geçtiğimiz yüzyılın son yarısında ise bu yaklaşımın pratikte kullanımına devam edilirken beraberinde yeni yaklaşımların

da sürece dâhil olduğu görülmektedir. Bunun temel nedeni, KMY kavramının zaman içerisinde genişlemesi ve sadece yapı ve nesnelere sınırlı kalmayıp, çevre ve sosyo-kültürel unsurları da bünyesine katmasıdır. Bu süreçte KMY'ne eser odaklı bakış açısından süreç odaklı bakış açısına bir geçiş yaşanmıştır. Bu bakış açısına göre kültürel mirasın bir anıt eser olarak muhafaza edilmesi öncelikli olmaktan çıkmış, bu miras ile birlikte içinde yer alan peyzaj, çevre ve sosyo-kültürel unsurların değişen dinamikleri de sürece dâhil edilmiştir (Aksoy vd., 2012: 9).

KMY'den kasıt sadece kültürel varlıklardan istifade etme, onları araştırma, tarihi yapıları koruma konularını değil, aynı zamanda kültürel anlamda gelişmenin yollarını ve bununla ilgili yasaları, eylemleri ve var olan kanıtları ya da geçmişe ait unsurları kayıt altına alarak korumayı da içermektedir (Ünver, 2006: 7). Diğer bir tanımlamada ise *“miras yönetimi tarihi dokulardaki ilgi ve ziyaretçilerin katılımı ve deneyimleriyle güçlenen tarihi alanlardaki ziyaretçi yönetimidir”* şeklinde ifade edilmektedir (Orbaşlı 2000: 162). Bu tanımlamada daha çok KMY'nin tarihi mekânlar ile bu bölgeleri ziyarete gelen turistlerin sevk ve idaresinin önemi ön plana çıkmaktadır. Ayrıca KMY, kültürel miras üzerine alınan kararlar olarak tanımlanabilir (Liwieratos, 2007: 32-33). Genellikle KMY'nin özünde miras koruma düşüncesi yatmaktadır. Aslında mekânları ve nesnelere koruma çabaları eski çağlardan beri bilinmekle birlikte, sistematik koruma bakış açısı oldukça yeni bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir başka tanımlamaya göre KMY, geçmişten beri muhafaza edilen değerlerin şimdi ve gelecekte nasıl kullanılacağı ile ilgilenen, böylece insanlık kültürü kadar eski olan sıradan bir işlem için bile ne yaptığını bilen bir düşüncenin ortaya çıkmasını sağlayan bir yönetim süreci olarak ifade edilmektedir (Lipe, 1984: 1). KMY'nin arkeolojik boyutuna vurgu yapıldığı bir başka tanımlamada ise arkeolojik miras yönetiminin, kültürel kimliğin ifadesinde ideolojik bir yapıya sahip olduğu, aynı zamanda miras yönetiminin turizm açısından ekonomik bir değer oluşturduğuna ve tarihi mekânların veri tabanlarının sağlanmasıyla akademik bir yapıya büründüğüne değinilmiştir (Ünver, 2006: 8).

2.1.1. Kültürel Miras Yönetimi İhtiyacı

Bu tezin temel amaçlarından bir tanesinin kültürel miras yönetimine yeni bir yaklaşım sunmak olması sebebiyle, öncelikle neden kültürel miras yönetimine ihtiyaç duyulduğunu anlamak büyük önem taşımaktadır. Bir önceki başlıkta belirtilen gelişmelerin bir sonucu olarak, geçtiğimiz yüzyıl içerisinde kültürel miras yönetiminin gerekliliği bariz bir şekilde ortaya çıkmakla birlikte bundan sonra asıl tartışılması gereken konu, kültürel miras alanında alınacak olan kararların ve bu kararların uygulanabilirliğinin daha da karmaşık bir hale gelmiş olmasıdır. Kimileri için yönetim sadece “verimlilik” ve “paranın değeri” ile ilgili konular olabilir, fakat miras yönetimi açısından alınan her bir kararın ve uygulamanın farklı bir yönetsel amacı ve anlamı bulunmaktadır (Carman vd., 1995: 9). Genel olarak kültürel mirasın bozulmasına sebebiyet veren faktörlerin etkilerini en aza indirmenin en etkili yolu, onları kalkınma ve yönetim planlama süreçlerine dâhil edilmesidir (Palumbo, 2002: 3). Özellikle postmodernizm çağında, çoğunluğun istediklerinin yasal hale geldiği günümüzde, miras konusu pek çok kişi tarafından ve farklı bakış açıları tarafından sorgulanmış ve zıt düşünceler üzerindeki tartışmalar miras alanında harekete geçmek için belirleyici unsurlar haline gelmiştir. Kültürel mirasın ne olduğu, kim tarafından tanımlandığı, geçmişe neden ihtiyaç duyulduğu, geçmişin neden değerli olduğu, neyin korunup korunmayacağı, halkın kültürel mirasla olan ilişkisinin ne olması gerektiği, mirasın hak sahibinin kim olduğu, siyasi ya da ekonomik açıdan kullanılmasının meşru olup olmadığı, korumanın yıkıcı bir müdahale mi yoksa geçmişi bilmek adına bir ön koşul mu olduğu gibi konular kültürel miras üzerine herhangi bir pratik politika ya da stratejiyi belirlemeden önce mutlaka tartışılmalıdır (Renfrew and Bahn, 2001: 533-564).

Kültürel miras üzerine teorik ya da pratik anlaşmazlıklar sonucu ortaya çıkan çelişkili değerler, bu alandaki yönetim ihtiyacının ana nedenini teşkil etmektedir. Buna ek olarak, büyüyen turizm endüstrisinin sağlamış olduğu maddi kazanımlar, planlama ihtiyacına daha hayati bir önem kazandırmaktadır (Cleere, 2000: 5-10).

Yukarıdakilerden de anlaşılacağı üzere kültürel miras alanındaki bir yöneticinin veya bir yönetim komitesinin arkeologlar, koruyucular, ekonomistler ya da yöneticiler içerisinde olmasından da öncelikli olarak çoğulcu bir geçmişe sahip olması gerekmektedir. Birden fazla uzmanlığın temsil edildiği küçük bir yönetim ekibi, böyle bir konuda yönetim sorununa ideal bir çözüm olarak görülmektedir. Burada yönetim ekibinin üyeleri belirlenirken, ekonomi eğitimi alan arkeologlar ya da kültürel konularda eğitim alan ekonomistler gibi diğer akademik veya pratik alanlarla ilgili yatkınlığı olanlar tercih edilebilir. Wurster, “Kültür Üçgeni” projesini açıklarken, küresel sürdürülebilir bir görüşün disiplinler arası bir uzman ekibi gerekli kıldığından bahsetmektedir. Ayrıca bu alanda yapılacak olan bir master planı için mimar, arkeolog, ekonomistler, inşaat mühendisleri, ormancılık yetkilileri, turizm yöneticileri gibi alanındaki uzmanların bir araya getirilmesinin önemini ortaya koymuştur (Wurster, 2006: 193). Kültür konusunda siyasi, idari ve geleneksel koşullar farklı olduğundan, yönetim ekiplerinin her bir durum için ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu konuların tartışılması devam ederken, kültürel miras için dikkatle düşünülmüş ve planlanan yönetimin gerekliliği daha da netleşecektir.

2.1.2. Kültürel Mirasın Gelişimine Etki Eden Uluslararası Sözleşmeler

Toplumun kültürel haklarına ve miras değerlerine ilişkin konuların nasıl geliştiğinin kısa bir analizi de yararlı görülmektedir. Kültürel miras yönetiminin gelişim sürecinde özellikle 20. Yüzyılda yapılan uluslararası anlaşmalar ve tüzüklerin de etkisi olmuştur. Bu süreçte uluslararası örgütler ve onların organizasyonları tarafından, genellikle çeşitli miras konularına ilişkin anlaşmalar ve tüzükler üzerinde mutabakata varılması için birçok çaba harcanmıştır. Bu anlaşmaların birçoğunda ana meseleler koruma, özgünlük ve son zamanlarda da bir yerin insanlık açısından önemi olmuştur. Bu alandaki ilk tüzük, 1931 yılında düzenlenen I. Uluslararası Mimarlar ve Tarihi Anıtlar Teknisyenleri Kongresi’nde (First International Congress of Architects and Technicians of Historic Monuments) kabul edilen Tarihi Anıtların Restorasyonu için Atina Şartı’dır (Athens Charter for the Restoration of Historic Monuments). Bu tüzük kültürel miras alanlarında

korumanın içselleştirilmesi açısından atılan ilk adım olması sebebiyle önem taşımaktadır. Anıtların korunması, idari ve yasama önlemleri, estetik iyileştirme ve restorasyon, bozulma, canlandırıcı teknikler ve uluslararası işbirliğine ilişkin bir çok önemli karar alınmıştır. Tüzük üzerinde yapılan görüşmeler sonucunda, kültürel mirasın korunması için ulusal mevzuatın şart olduğu ortaya çıkmıştır (<http://www.icomos.org>, Erişim: 10.12.2016).

1945 yılında kurulan UNESCO, 1972 yılında Dünya Mirası Sözleşmesi olarak bilinen Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Konvansiyonu'nu (Protection of the World Cultural and Natural Heritage) kurmuştur. Bu sözleşme tanım ve ilkeleri bakımından diğerlerinden farklılık göstermektedir. Mirasın net olarak tanımını yapmış, kültürel mirasın bozulmasının ve tahrip edilmesinin altını çizmiş, ulusal ve kültürel miras ilkelerinin tanımlanması, korunması, sunumu ve rehabilitasyonu konularını ayrıntılı olarak anlatmıştır. Ayrıca bu konvansiyonda, kültürel mirasa işlev kazandırılarak topluma adapte edilmesi, korunması ve tanıtımı için süreçlerin geliştirilmesi, bilimsel ve teknik çalışmaların ışığında işletme usulleri ile çalışma yapılması ve yasal, bilimsel, teknik, idari ve mali önlemlerin alınması konuları ele alınmıştır. Bu sözleşmenin özellikle 27. Maddesinin 1. fıkrası olan “Bu sözleşmeye taraf olan devletler, kültürel ve doğal mirasları açısından kendi halklarının tarafından takdir ve saygıyı elde edebilmek için tüm uygun yollarla ve özellikle de eğitim ve bilgilendirme programları ile gayret göstereceklerdir” 2. fıkrası olan “Devletler bu sözleşmenin devamını sağlamak için yürütülen faaliyetleri ve kültürel mirası tehdit eden tehlikeler hakkında halkı haberdar etmeyi taahhüt eder” ifadeleri dikkat çekmektedir. Bu konvansiyondan hareketle uluslararası toplumlar “sürdürülebilir kalkınmayı” da kabul etmişlerdir (<http://whc.unesco.org>, Erişim: 10.12.2016). Nitekim taraf olan ülkelere mirasın korunması ile ilgili sorumluluk yüklemek, yönetim yaklaşımının aynı zamanda işlevsel olarak sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. 1977 yılında konvansiyonun en önemli kararlarından bir tanesi de “Dünya Mirası Komitesi (World Heritage Committee)” adı verilen doğal ve kültürel mirasın korunması için hükümetler arası bir komite kurmak olmuştur. WHC “Dünya Mirası Fonu (World Heritage Fund)” adı verilen ve dünya mirasının

korunması adına bir kaynak oluşturmuştur. Bu komite kültürel miras yönetimi uygulamaları açısından önemli kararlara imza atmış bir organizasyondur.

Uluslararası Arkeolojik Mirasın Yönetimi Komitesi (ICAHM) tarafından hazırlanan ve 1990'da Lozan'da 9. Genel kurul tarafından onaylanan Arkeolojik Mirasın Korunması ve Yönetilmesi Tüzüğünde (Charter for the Protection and Management of the Archaeological), arkeolojik mirasın korunmasının uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde planlama politikalarına entegre edilmesi ve halkın aktif katılımının arkeolojik mirasın korunması politikalarının bir parçasını oluşturması gerektiği belirtilmektedir. Bu durum özellikle yerli halkların kendi kültürel miraslarına sahip çıkmaları konusunda daha da büyük önem arz etmektedir. Katılım, karar verme için gerekli bilgilere erişimi temel almalıdır. Dolayısıyla, bilginin genel halka sunulması, entegre korumada önemli bir unsurdur (<http://www.icomos.org>, Erişim: 10.12.2016).

Diğer taraftan Avrupa Konseyi, 1969'da Arkeolojik Mirasın Korunması Sözleşmesini kurmuştur. Bu sözleşme 1992'de Valetta'da revize edilerek "toplumların geçmişlerine erişebilmek için artan bir talebinin olduğunu" kabul etmiş ve bunun bir "kimlik talebi" olduğunu ve bu nedenle de halkların temel bir hakkı olduğunu ortaya koymuştur (<http://www.coe.int>, Erişim: 11.12.2016). 1979'da Avustralya ICOMOS (aynı zamanda 1979 Burra Tüzüğü olarak da bilinir) "Kültürel Öneme Sahip Yerlerin Korunması Sözleşmesi" nde (Charter for the Conservation of Places of Cultural Significance), bir yerin sahip olduğu değerlere göre kültürel önem taşıyıp taşımadığının kriterleri tanımlanmıştır (Clark, 2006: 59). Bura Şartı'na göre "kültürel öneme sahip olan yerler insanların hayatlarını zenginleştirmekte" ve "kültürel önem geçmiş, şimdiki veya gelecek kuşaklar için estetik, tarihi, bilimsel, sosyal veya manevi değer" anlamına gelmektedir. Koruma kavramı, bir yeri idare etmek ve kültürel önemini korumak için tüm süreçleri ifade etmekte ve bir yerin kültürel önem derecesi o yerin farklı şekillerde korunmasına sebebiyet verebilmektedir. En önemlisi Burra Şartı'na taraf olan devletlerde, "grup ya da bireylere" buldukları yerlerin kültürel önemine katkıda bulunma fırsatı sağlanmalı ve gerektiğinde bunların koruma ve yönetimine katılma fırsatları olmalıdır. Bu

maddelerle Burra Şartı, kültürel miras yönetimine muhatap olan yerlerdeki belirlenen politika ve stratejilere halkın dâhil edilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur (<http://www.icomos.org/charters/burra1999>, Erişim: 11.12.2016).

1995 yılında ICOMOS tarafından kabul edilmiş ve UNESCO, ICCROM ve diğer kuruluşlar tarafından desteklenen Nara Özgünlük Belgesi'ne (The Nara Document of Authenticity) göre dünyamızdaki kültürlerin ve mirasın çeşitliliği, manevi ve entelektüel zenginliklerin ya da insanlığın vazgeçilmez bir kaynağıdır ve bu çeşitliliğinin korunması, geliştirilmesi, insanlık gelişiminin vazgeçilmez bir unsuru olarak görülmeli ve sürekli teşvik edilmelidir. Aynı zamanda kültürel değerlerin çatıştığı durumlarda, tüm tarafların kültürel değerlerinin meşru olarak görülmesini ve kültürel çeşitliliğe saygı gösterilmesini savunmaktadır. Ayrıca kültürel mirasın sorumluluğu ve onun yönetimi, ilk etapta onu üreten topluma ve sonrasında da onu dikkate alan topluma ait olduğuna vurgu yapmaktadır (<http://www.icomos.org/en/charters/naradocfre.htm>, Erişim: 11.12.2016).

Burra Tüzüğü ile aynı direktifleri takiben, 1999 ICOMOS Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü (International Cultural Tourism Charter), kültür turizmi ile mirasın korunması ve yerel toplumların rolü arasında köprü kurmaya çalışmıştır. Tüzük, miras ve kültürel gelişime erişimin hem bir hak hem de bir ayrıcalık olduğunu ve ev sahibi toplumun ve yerli halkların kültürel mirasın korunmasına ve turizmin planlanmasına dâhil olmaları gerektiğini savunmaktadır (<http://www.icomos.org/en/charters/tourisme.htm>, Erişim: 12.12.2016). 2001 UNESCO Kültürel Çeşitliliğin Evrensel Bildirgesi'nde (Universal Declaration of Cultural Diversity), UNESCO, insanlığın kendi kültürlerini ve ortak mirası olan kültürel çeşitliliğini korumak ve üretmek için toplumların özgürlüğünü desteklemektedir.

2002 Avrupa Peyzaj Sözleşmesi (The European Landscape Convention), bölgesel ve şehir planlama politikalarına, kültürel, çevresel, tarımsal, sosyal ve ekonomik politikalara ve peyzaj üzerinde doğrudan veya dolaylı etkiye sahip olabilecek diğer politikalara entegre etmek için peyzaj politikalarının oluşturulması

ve uygulanmasına kamuoyunun, yerel-bölgesel otoritelerin ve konuya ilgi duyan diğer tarafların katılımlarının gerekli olduğunu belirtmektedir (Naturopa, 2002: 8).

UNESCO 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi (Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage) giriş bölümünde, özellikle yerli toplumların ve grupların bazı durumlarda somut olmayan kültürel mirasın üretilmesi, korunması, bakım ve onarımında önemli rol oynayarak kültürel çeşitliliğin ve insan yaratıcılığının zenginleşmesine yardımcı olduklarını belirtmektedir. Sözleşmeye taraf olan devletlerin kendi bünyelerinde bulunan ve bu mirasları yaratan toplumların, grupların, bireylerin bu mirasların yönetimine en aktif şekilde katılımını sağlamak için gayret sarf etmeleri gerektiğine vurgu yapmaktadır (<http://portal.unesco.org/en/ev.php>, Erişim: 12.12.2016).

UNESCO 2005 Kültürel İfadeler Çeşitliliğinin Korunması ve Tanıtımı Sözleşmesi'nde (Convention for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions), gelişim içerisindeki kültürel yönetim ile ulusal ve uluslararası kalkınma politikalarının entegrasyonunda “kültürün” stratejik bir unsur olarak dâhil edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Sözleşme aynı zamanda, yönetimde söz sahibi olan kimselere kültürlerin gücünü de hesaba katarak, yerel toplumlara ve azınlıklara kendi gelişimleri için fayda sağlayacak şekilde kültürel ifadelerini yaratma, yayma ve dağıtma özgürlüklerini sağlamalarını önermektedir. Ayrıca kültürün, gelişimin ana sebeplerinden biri olması sebebiyle, gelişimin kültürel yönlerinin onun ekonomik yönleri kadar önemli olduğunu belirtmektedir (<http://portal.unesco.org/en/ev.php>, Erişim: 12.12.2016).

Uluslararası toplumlar ve onların örgütleri tarafından kültürel mirasın öneminin ve korunmasının fark edilmesinin ve anlaşmalara taraf olan ülkeler açısından gerekliliğinin anlaşılmasının nedenleri, hem sömürge sonrası ülkelerdeki yerel halkların talepleri hem de turizmin muazzam büyümesi olmuştur. Başta Avustralya, Yeni Zelanda ve Kuzey Amerika'daki yerli nüfus olmak üzere birçok ülke, kendi kültürlerinin batılı toplumlar tarafından sömürülmesine karşı olduklarını belirtmişlerdir. Kendilerine ait olan kültürel değerlerinin ve kanıtlarının ülkelerine

iade edilmesi konusunu tekrar gündeme getirmişlerdir (Smith, 2004: 1). Batılı toplumlar ve örgütler yerli halkları (en azından teorik olarak) miras ile ilgili yönetimsel olaylara katma ihtiyacı olduğunu hissetmişlerdir. Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde, turizmdeki muazzam büyüme ve toplumun mirasa ulaşmak için artan talebi, halkın miras yönetimine katılımının zorunlu olmasına neden olan bir diğer faktör olmuştur (Cunliffe, 2006: 195). 1987'de İngiltere'nin Southampton kentinde düzenlenen Dünya Arkeoloji Kongresi (The World Archaeological Congress), sadece kültür ile ilgili profesyonelleri değil aynı zamanda profesyonel olmayan azınlık gruplarının üyelerini de kongreye davet ederek bu konuda önemli bir katkı sağlamıştır. Kongre'nin fikirlerinin bir sonucu olarak Lyton, batılı toplumların “diğer insanların kalıntılarını kendine mal ederek”, “biz en iyisini biliriz” şeklindeki küstahça yaklaşımının artık kabul edilemeyeceğini belirtmiştir (Ucko, 1989: 18). Sonuç olarak kongre akademik arkeolojinin, miras konusuna karar verme yetkisine sahip tek otorite olmadığı fikrini ortaya atmıştır. Bu düşünce, değer çeşitliliği hakkında bahseden tüzüklerle de uyum göstermektedir.

2.1.3. Toplumsal Değerler ve Kültürel Miras İlişkisi

Uluslararası düzeydeki yeni ihtiyaçlar ve eğilimler, düzenlenen kongre ve yapılan sözleşmeler, kültürel miras yönetimine tamamıyla yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Toplumun, mirasla ilgili politikaları ve stratejileri oluşturmaya katılımı zorunlu hale gelmesine rağmen, pratikte bu durum emekleme dönemini yaşamaktadır. Burada sürece katılım şartının öncelikli olarak, yönetimin bağlı buldukları toplumdaki özel ilgi gruplarına karşı göstermiş oldukları ilgi, alaka ve önemin olduğu göze çarpmaktadır.

Bir yerin öneminin değerlendirilmesi ona atfedilen değerlere bağlıdır. Fakat bu değerlerin kendilerini tanımlamak oldukça zordur. Değerler insanların düşünce biçimine, önem ve güzellik duygusuna ve aynı zamanda toplumun dindarlık, gelenekler, eğitim, siyasi ve sosyal unsurlarına bağlı olarak oluşmaktadır (Kerr, 1996: 4; Sullivan ve Bowdler, 1984: 8; Hall ve McArthur 1996: 2-20, Avrami vd., 2000; De La Torre, 1995: 5-14). Sonuç olarak değerler kültürel açıdan bağımlıdır

(Lipe, 1984: 2; Mason ve Avrami, 2002: 15) ve bu nedenle bir yerin veya bir nesnenin değerlerini ve önemini belirlemede objektif olmak oldukça zordur. Çeşitli durumlardaki değerleri belirlemek açısından birtakım kriterler geliştirilmiştir (Pearson ve Sullivan, 1995). Bu kriterlerin her duruma ayrı ayrı adapte olmaları sebebiyle, daha genel olarak kullanılmaları mümkün görünmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi, ilk önce teorik olarak değerleri tanımlamak zordur. Değerleri tanımlarken, öncelikle söz konusu kültürel unsuların, insanların gözünde gerçek anlamda bir öneme sahip olup olmadığına dikkat edilmesi gerekmektedir. Eğer bu unsurlar insanların kendileri tarafından meydana getirilmişse, zamandan ve mekândan bağımsız olarak bir değere sahiptirler. Eğer tam tersi bir durum söz konusu ise, yani kültürel unsurlar insanların kendileri tarafından inşa edilmemişse, daha öncede belirtildiği üzere şartlara bağlı olarak değerleri oluşmaktadır. Mason ve Avrami'ye göre kültürel değerler, sadece içsel değil aynı zamanda subjektif, zorunlu, değişken ve yumuşak bir dokuya sahip olduğunu belirtmektedirler (Mason ve Avrami, 2002: 16). Lipe, kültürel öğelerden ve özelliklerden bahsederken, "değerlerin insanlar tarafından öğrenildiğini ya da keşfedildiğini" savunmakta ve dolayısıyla bu durumun belirli grupların ve bireylerin sahip olduğu kültürel, entelektüel, tarihsel ve psikolojik çerçevelere bağlı olduğunu belirtmektedir (Lipe, 1984: 2). Değer kavramı ve onun kültürel mirasın korunması-yönetimi ile ilgili politika ve stratejilerin geliştirilmesindeki rolü, halkın katılımının gittikçe arttığı son yıllarda oldukça önem kazanmıştır. Carman "değer" kavramını "miras" olarak bir kenara koyulan bir nesne seti yaratma ve sürdürme amacının merkezinde yer alan bir kavram olarak görmektedir (Carman,2002: 177). Mason ve Avrami kültürel miras çalışmaları ve politikalarıyla ilgili olarak, "değerler bize bu subjektif ve politik alanda araştırma ve uygulama yapabilmek adına çözümsel bir araç ve dil sunmaktadır" demektedir (Mason ve Avrami 2002: 15). Darvill ise "paylaşılan sosyal değerler kavramının" toplumsal eylemlerin anlaşılmasındaki öneminin, Durkheim, Weber ve Marx gibi düşünürler tarafından da altının çizildiğini ifade etmektedir (Darvill, 1995: 40). Sadece kültürel mirasa atıfta bulunarak, Riegl 1903'te bir değerler tipolojisini vermiştir. Mason'un da belirttiği üzere birçok yazar tarafından

önerilen değerler sistemi olduğundan, bir sınıflandırma yapılması faydalı görülmektedir. Değerlerin seçimi kültürel mirasın ve toplumların sosyal ve politik rolü açısından önemlidir. Bunun nedeni ise, koruma ve yönetim kararlarının kültürel miras üzerinde tanınan değerlere bağlı olmasından kaynaklanmaktadır. Mason, çeşitli uzmanlar ya da kuruluşlar tarafından önerilen değerlerin tipolojisini “çoğu durumda, aynı pastayı tanımlanıyorlar, fakat onu farklı şekillerde kesiyorlar” şeklinde yorumlamaktadır. Ayrıca tipolojilerin, bazı değer çeşitlerini hafife aldığını, bazılarını ise yücelttiğini veya bazı değerleri ortaya çıkarmak adına diğerlerini hiçe saydığını ifade etmektedir (Mason, 2002: 5).

Bütün değer sistemlerini kapsamlı olarak analiz etmek bu tezin kapsamı dışında olduğundan sadece araştırmacılar tarafından önerilen değer türlerini ilgili referanslarla birlikte listelemek yararlı olacaktır. Aşağıdaki tablo değerler sistemine genel bir bakış sunmaktadır:

Tablo 2.1. Değerler Tipolojisi

Riegl (1903)	Burra (1979)	Lipe (1984)	Darvill (1995)
Devir Tarihi Geçmiş Hatıra Fayda Yenilik	Estetik Tarihi Geçmiş Bilimsel Sosyal	Ekonomik Sosyal İlişkilendirici-Sembolik Bilgilendirici	<u>Fayda</u> Arkeolojik Araştırma Bilimsel Araştırma Yaratıcı Sanatlar Eğitim Rekreasyon ve Turizm Sembolik Temsil Eylem Meşruiyeti Toplumsal Dayanışma ve Bütünleşme Parasal ve Ekonomik Kazanç <u>Tercih</u> İstikrar Gizem ve Bilmece

			<u>Varoluş</u> Kültürel Kimlik Değişim Direnci
Carver (1996)	Frey (1997)	İngiliz Mirası (1997)	Deeben vd. (1999)
<u>Pazar Değeri</u> Sermaye/Varlık Üretim Ticari Yerleşim <u>Toplumsal Değerler</u> Hoşluk Politik Azınlık Yerel Tarz	Parasal Tercih Varlık Miras İtibar Eğitsel	Kültürel Eğitimsel ve Akademik Kaynak Rekreasyonel Estetik	<u>Algı</u> Estetik Tarihi <u>Fiziksel Kalite</u> Bütünlük Koruma <u>Gerçek Kalite</u> Ender Bulunma Araştırma Potansiyeli Grup Değeri Temsil
Mason-Avrami (2002)	Mason (2002)	Hewison-Holden (2006)	Accenture (2006)
Tarihi/Sanatsal Sosyal/Kentsel Manevi/Dini Sembolik/Kimlik Araştırma Doğal Ekonomik Estetik	<u>Sosyo-Kültürel</u> Tarihi Kültürel/sembolik Sosyal Manevi/Dini Estetik <u>Ekonomik</u> Kullanım (Pazar) <u>Kullanım Dışı (Pazar Dışı)</u> Varlık	Gerçeklik Enstrümantel Kurumsal	Gerçeklik Kullanım (Pazar)

	Tercih Miras		
Throsby (2006)			
<u>Ekonomik</u> Kullanım (Pazar) <u>Kullanım Dışı</u> <u>(Pazar Dışı)</u> Varlık Tercih Miras <u>Kültürel</u> Estetik Manevi Sosyal Tarihi Sembolik Orjinallik			

Kaynak: Liwieratos (2007: 43-44)

Bu değer tipolojilerinin birçoğu, benzer değerleri aynı sistem içerisinde örtüştürmektedir (Mason ve Avrami, 2002: 16). Diğer sistemlerin miras kavramına farklı yaklaşımları bulunmaktadır (Carver, 1996: 51). Tabloda yer alan aynı kavramlar, her bir yazar açısından farklı anlamları ifade etmektedir.

Bir yerin değerlerinin ne olduğuna karar vermek için, o yere dâhil olan halka danışılması gerekmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi yerel toplumlar, bölge sakinleri veya bir ülkenin tüm ulusu, kültürel miras olarak gördükleri değerleri yaratanların mirasçıları ya da torunları olabilirler. İnsanların neden bir yeri veya nesneyi kültürel miras olarak algıladıkları ve hangi değerlere sahip olduklarını keşfetmek, yöneticilerin asli görevlerindedir (Pearson, 1995: 15-26). Diğer yandan bir araştırmacı, araştırma yaptığı yerin halkından olsun ya da olmasın her halükârda,

kendine özgü bir geçmişe sahiptir. Bilim insanları bunun farkında olmalı ve söz konusu yerlerin geçmiş ve günümüzdeki görüşlerini kendi görüşlerinden ayırmak için olabildiğince empati kurmalıdırlar. Doğal olarak bir araştırmacının olduğunun dışında yabancı biri gibi olması imkânsızdır, fakat nesnelerin objektif algılanışının olmadığı gerçeğinin farkında olması, diğer insanların değerlerini anlaması açısından önemlidir. Bu bakış açısı, araştırmacıların değerleri daha derin bir şekilde kavrayacağına garantisizdir, fakat mümkün olduğunca doğru bir anlayışa varmaları açısından bir önkoşuldur. Her halükarda, her bir yorumun kişisel algılara göre oluşturulduğunu bilmek değerlerin kavranması açısından önemli görülmektedir (Shanks ve Tilley, 1992: 103-115).

Söz konusu değerler, kültürel mirasla ilgili kararlar alınmaya başlandığında, yönetimsel yaklaşımın aracılığıyla, önceden var olabilecek veya gelişebilecek çatışmaları açıklayabilmektedir. Burada bahsedilen çatışmalar, kültürel miras yöneticileri ve tüm ilgi grupları için, yürütülen tüm projelerin başarısında veya başarısızlığında belirleyici olmaları açısından oldukça önemlidir. Bir yerin değerlerinin araştırılması ve bu konudaki çatışmaların belirlenmesi, o yerin her türlü kültürel mirasına ilişkin politikaların ve stratejilerin belirlenmesinde ön koşul olarak kabul edilmektedir (Pearson, 1995: 15-26). Ayrıca kültürel mirasına ilişkin koruma politikasının oluşturulmasında o yerin veya nesnenin değerlerinin keşfedilmesi büyük önem taşımaktadır (Sulliwán ve Bowdler, 1984: 1). Burra Tüzüğü (1999), bir yerin veya bir nesnenin korunmasında "kültürel önemin göreceli derecesinin o yerde farklı koruma eylemlerine yol açabileceği" görüşünü dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır (<http://www.icomos.org/charters/charters.pdf>, Erişim: 17.12.2016). Sullivan ve Bowdler arkeolojik bölgelere atıfta bulunurken, "bir yerin arkeolojik önemi tanımlanmış veya değerlendirilmiş olsa da, o yer hiçbir zaman statik bir kalite olarak düşünülmemelidir" şeklinde ifade etmektedir (Sullivan ve Bowdler, 1984: 2). Bu görüş tüm önem kategorileri ile ilgilidir. Zaman ilerledikçe ve kültürel nesnelere ve değerlere değıştikçe, araştırma ve yönetim prosedürlerinde de değışmeler meydana gelmektedir. Yönetim planlarının başarısı açısından bir projenin izlenmesi, değerlendirilmesi ve değışime uyum sağlama noktasındaki esnekliği, büyük önem

taşımaktadır. Dahası, bir sosyal faaliyet olarak görülen yönetsel koruma politikaları kalıcı bir süreçtir ve başlı başına bir amaç olmaktan ziyade bir sona erdirme aracıdır (Avrami vd., 2000: 11).

Burra Tüzüğü'nü detaylı olarak incelediğimizde, ilk defa "kültür"ün, "mirasın" kalbinde yatan en önemli değer olduğu ortaya çıkmaktadır. Tüzük, "kültürel önemin" geçmiş, şimdiki veya gelecek kuşaklar için estetik, tarihi, bilimsel, sosyal veya ruhsal değer anlamına geldiğini önermektedir (http://australia.icomos.org/wp-content/uploads/BURRA_CHARTER.pdf, Erişim: 17.12.2016). Yukarıda belirtildiği gibi, Burra Tüzüğü ekonomik değerleri dikkate almamaktadır. Bu sebeple tezimiz kültürel bir mirasın ekonomik değerini dikkate almakla birlikte, Burra Tüzüğü'nde yer alan kategorileri de bir yerin veya nesnenin sahip olduğu kültürel değerlerin unsurları olarak kullanmaktadır. Gerçekte bir kültürel unsura eklenen değerlerin belirlenmesi sürecine ve bunların parasal bir getiriye çevrilmesine "değer biçme" denir. Bir kişi kültürel bir nesneye paha biçtikten sonra, aynı kişinin kültürel nesneye karşı olan düşünce yapısı değişebilmektedir (Klamer, 2004: 144-147).

2.2. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm İlişkisi

Kültürel miras yönetimi ve turizm kavramları, doğası, amaçları, çalışanları, fon sağlayıcıları, paydaşları ve süreçleri bakımından birbirinden oldukça farklıdır (Tablo 2.2.). Buna ek olarak, kültürel miras yönetiminin paydaşları arasında sosyoloji uzmanları rehberliğinde bulunan yerel halk ve toplumun diğer üyeleri de bulunmaktadır. Doğal olarak kültürel miras yönetimi paydaşları arasında önceliği maddi unsurlar olmayan birtakım gruplar bulunmaktadır. Oysaki turizm, yatırımcıların maddi açıdan fayda sağlayabilecek iş profesyonellerini işe alması ile yönetilmektedir. Farklı yönleri, hedefleri ve paydaşları olmasına rağmen, KMY ve turizm, turistik endüstrinin bakım ve büyümesi açısından eşit derecede önemlidir. Bu nedenle her iki organizasyon arasındaki farklılıkları karşılıklı ve tamamlayıcı bir bağlantı şeklinde geliştirecek ve kültürel değerlerin korunmasına yönelik turizm

politikalarının geliştirilmesi önem arz etmektedir (McKercher ve De Cros, 2002; El Barazi, 2009: 16).

Tablo 2.2. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm Kıyaslaması

	Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi	Turizm
Yapı	Kamuya yönelik Kar amacı gütmeyen	Özel sektöre Yönelik Kar amacı güden
Amaç	Genel sosyal amaç	Ticari amaç
Kilit Paydaşlar	Toplumsal gruplar Miras grupları Azınlık/Etnik/Yerli Gruplar Yerel halk	Ticari gruplar
Ekonomik Yaklaşım	Varlık değeri Asıl değerlerini korumak	Kullanım değeri Dış çekiciliklerini tüketmek
Kilit Kullanıcı Grupları	Yerel halk Eğitim dönemindeki çocuklar	Yerel olmayan halk
Sektördeki Profesyonellerin Geçmişi	Sosyal bilimler Sanat dereceleri	Ticari/Pazarlama Dereceleri
Varlıkların Kullanımı	Somut ve somut olmayan kültürel mirasın temsilcisi olarak topluma değer katmak	Ticari amaçla ürün veya etkinlik oluşturarak turiste değer katmak
Uluslararası Politik Kuruluşlar/STK'lar	ICOMOS/ICOM/UNESCO-Kültürü korumayı teşvik etmek	WTO/WTTC-Turizmin gelişmesini teşvik etmek
Ulusal STK'lar	Ulusal Haklar/Miras Vakıfları/Yerli ve Etnik Organizasyonlar	Turizm Ticaret Birlikleri/Turizm Endüstrisi Kuruluşları
Ulusal/Bölgesel/Siyasi Bürokratik Kurumlar	Ulusal, devlet ve yerel ajanslar, miras yönetimi ile ilgili bazı müzeler ve arşivler	Ulusal, devlet ve bölgesel turizm organları, ürün geliştirme, turizmin getirilerini en üst düzeye çıkarma ve yükseltme ile

görevlendirilir.

Paydaşlar	Miras profesyonelleri için ulusal organizasyonlar/Yerel Tarihsel Gruplar/Dini Liderler	Ulusal Turizm Ticaret Kuruluşları, Diğer Endüstri Kuruluşları
------------------	--	---

Kaynak: McKercher ve Du Cros, 2002; El Barazi, 2009: 17

Turizm, turistik bir ürünün kültürel mirasa dönüştürülmesinden ve pazarlanmasından sorumlu iken, zaten kültürel mirasın sahip olan KMY ise, gelecek nesiller için bu mirasın korunması ve sürdürülmesi ile yakından ilgilenmektedir. KMY ile ilgilenen toplumun tüm üyeleri, kültürel miras uzmanları-yöneticileri ve kamu sektörü, modern dünyanın hızla değişen değişimi karşısında kültürel bir mirasın bozulmadan ve değişmeden kalabilmesini sağlamaya yönelik katkıda bulunmaktadır. AB stratejileri, özellikle birliğe üye olmayan ülkelerdeki projeleri entegre etmek için oluşturulan planlamalarda, KMY'nin geniş katkılarını büyük ölçüde teşvik etmektedir. Bunun nedeni, Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) raporunda belirtildiği üzere kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan, turizmin birçok ülkenin büyümesini nasıl kolaylaştırdığını etkin bir şekilde ortaya koymuş olması gerçeğidir (Buhalis ve Costa, 2006). Buna göre:

“UNWTO, turizmin sorumlulukla planlanmadığı, yönetilmediği ve izlenmediği takdirde olumsuz bir kültürel, çevresel ve sosyal etkiye sahip olabileceğini kabul etmektedir.....Turizm, dünyanın en önemli istihdam kaynakları arasında yer almaktadır. Altyapıya yapılan büyük yatırımları teşvik ederek, yerel halkın gündelik yaşam koşullarının iyileştirilmesini sağlamaktadır. Ayrıca, devletin büyük vergi gelirleri elde etmesini sağlamaktadır. Turizm sayesinde gelişmekte olan ülkelerde birçok yeni iş ve işletme oluşturulmasıyla, kırsal bölgelerde yaşayan halkın büyük şehirlere taşınmasına olanak yaratılmakta ve böylelikle ekonomik fırsatların eşitlenmesine katkıda bulunmaktadır” (El Barazi, 2009: 18).

Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi (SKMY) ve turizm bu sebeple her biri diğerini tamamlayarak birbiriyle bağlantılı olan ayrılmaz kavramlar olmaya

başlamıştır. SKMY, turizmin planlama modeli ile neredeyse eş anlamlıdır; ve bu, özellikle kültürel özelliklerin ve turizm sektörünün genel anlamda önemini vurgulamaktadır. SKMY kapsamındaki planlama ve koruma faaliyetlerinin en önemli görevlerinden bir tanesi, kültürel miras alanlarında yaşayan insanlar açısından yaşam standartlarında bir miktar gelişme sağlamasıdır. Bu gelişme sadece bireysel anlamdaki bir iyileşme ile sınırlı kalmayıp, aynı zamanda ülkenin turizm sektöründen bol miktarda gelir sağlaması amacıyla hızla yayılmaktadır (Buhalis ve Costa, 2006).

2.3. Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm Paydaşları

Paydaş kavramının turizm literatürüne kazandırılması oldukça yakın bir tarihte gerçekleşmiştir. Paydaş kavramı, Freeman tarafından “bir örgütün önceden belirlemiş olduğu hedeflerin gerçekleştirilmesinde etkilenen veya etkileyen kişi ya da gruplar” olarak tanımlanmaktadır (Freeman, 1990; Akt: Nicolas vd., 2009: 391-392). Donaldson ve Preston (1995) ise, Freeman'ın tanımını revize ederek; bir grup ya da bireyin paydaş olarak tanımlanabilmesi için, yapı içerisinde meşru bir menfaatinin olması gerektiğini belirtmişlerdir (Donaldson ve Preston, 1995: 65-67). Başka bir tanımlamaya göre turizm olaylarından olumlu ya da olumsuz olarak etkilenen kişi ya da topluluklara paydaş denilmektedir (Aas vd., 2009; Nicolas vd., 2009; Akt: Varnacı ve Uzun, 2011: 21). Paydaşların bir bölgedeki turizm gelişimine ilişkin görüşleri, şahsi fayda algılamaları ve turizm beklentileri gibi bazı konularda farklı görüşlere sahip olabileceği unutulmamalıdır. Ayrıca bu paydaşlar, algıları ve beklentileri doğrultusunda hareket ettikleri birtakım değerlere de sahiptirler. Bu değerler paydaşların çevresindeki olgu ve olayları olumlu ya da olumsuz olarak düşünmesine neden olabilmektedir (Ghasemi ve Hamzah, 2014: 17). Bu sebeple birçok araştırmacı, paydaşlar arasındaki işbirliğinin diyaloga, müzakerelere ve turizmin nasıl geliştirilmesi gerektiği konusunda karşılıklı olarak kabul edilebilir tekliflerin oluşturulmasına bağlı olduğunu savunmaktadır (Bramwell ve Lane, 2000; Akt: Makopondo, 2002: 201). Hizmet sektörünün en hızlı gelişen kolu olan turizm sektöründe paydaşların sistemli ve eşgüdümlü çalışmaları, bu alanda ileriye dönük atılacak olan her bir adım için son derece büyük bir öneme sahiptir (Ekin ve Ören, 2012: 137)

Bir kültürel miras alanının dünya miras listesindeki önemini artırmak, aynı zamanda o coğrafyanın bilinirliğini de artırmaktadır. Son zamanlarda yaşanan ekonomik, politik ve sosyal olaylar, kamuya açık olan ortak alanlarda turizmi planlama, geliştirme, yönetme ve pazarlama açısından kamu-özel sektör ortaklıklarına neden olmaktadır (Selin ve Chavez, 1995: 844-845). Kültürel miras yönetiminde paydaş yaklaşımı, ekonomik kalkınma, koruma, sosyal adalet veya korunan alan yönetimi gibi farklı hedeflere sahip olmak için gerekli görülmektedir. Bu nedenle turizmle ilgili başta devlet kurumları olmak üzere tüm paydaşlara, kültürel miras olarak kaydedilen ve bu gibi önem arz eden tüm değerleri korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak adına büyük vazifeler düşmektedir (Omar vd., 2013: 89). Ayrıca bu alanlarla ilgili sürdürülebilir turizm ilkelerini göz önünde bulundurarak planlama ve düzenleme politikaları belirlenmelidir (<http://whc.unesco.org/archive/2010/whc10-34com-20e.pdf>, Erişim: 19.12.2016). Byrd vd., bir toplumda turizmin sürdürülebilir kalkınmasının sağlanmasında paydaşların katılımının anahtar bir rol oynadığını ve paydaşların desteği olmaksızın sürdürülebilir bir turizm gelişiminin neredeyse imkânsız olduğunu belirtmektedir. Ayrıca paydaş teorisi ve sürdürülebilir turizm gelişimi arasında bir kurarak, kültürel miras yönetiminde çatışmayı azaltmak için, paydaş katılımının sürdürülebilir turizm planlamasına dahil edilmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Byrd vd., 2008: 693-695; Omar vd, 2013: 89; Nicolas vd, 2009: 393).

Bir toplumun kültürel mirası yerel sakinler, ziyaretçiler, özel sektör ve kamu sektörünün çıkarları doğrultusunda paylaşılmaktadır. Bu toplumlardaki turizm gelişimi, daha sonra yerel destinasyonda paydaşların birçoğu tarafından yararlanabilecekleri bir kamu ve sosyal mülkün özelliklerini almaktadır. Bu sebeple yerel düzeyde sürdürülebilir turizm gelişimi, bugün uygulanandan çok daha fazla işbirliği gerektirmektedir (Nicolas vd, 2009: 393). Kültürel miras yönetiminde genel olarak, dört büyük turizm paydaş grubu bulunmaktadır. Bunlar turistler, yerel halk, turizm işletmeleri ve yerel yönetim yetkilileridir (Byrd vd., 2008: 694-696).

2.3.1. Turistler

Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nün tahminlerine göre, 2020 yılında dünya genelinde uluslararası turizme yaklaşık olarak 1.6 milyar turistin katılması tahmin edilmektedir (Kılıç ve Pelit, 2004: 113). Türkiye’de ise bu rakam 2015 yılı itibari ile 36 milyonu aşkın turist sayısına ulaşmıştır (<http://www.tuik.gov.tr/>, Erişim: 24.12.2016). Bahsedilen bu rakamların büyüklüğü ve turistlerin davranış ve beklentilerinin net olarak anlaşılabilmesi açısından bir bölgenin turizm planlaması yapılırken, turist veya ziyaretçi faktörünü paydaş perspektifinde değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Turistlere yönelik faaliyetlerin belirlenmesi, yerel yönetim ve turizm plancılarına, turistlerin destinasyondaki deneyimleri ve çevredeki çeşitli imkânları nasıl değerlendirdiklerini anlamada yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda destinasyonun pazarlanması ve yönetimi açısından da önem arz etmektedir (Borg, 1991, Akt: Kerimoğlu ve Çıracı, 2006: 36). Bir bölgeye turizm perspektifinde ileriye dönük gerçekçi, uygulanabilir politikalar ve planlar geliştirebilmek için öncelikle o bölgenin şartlarını belirleyen dinamikleri doğru anlamak gerekmektedir. Bu sebeple destinasyonun, fiziksel altyapısını göz önünde bulundurularak, kültür ve sanat aktivitelerini de ortaya koyan, ekonomik ve sosyal imkânlara kadar çok geniş bir alanda incelenip tarafsız bir şekilde değerlendirilmelidir. Bu değerlendirmeyi en doğru bir şekilde yapabilmek için destinasyonun fiziksel altyapısı, doğal yapısı, kültür ve sanat mekânları ve kültürel etkinliklerin belirlenmesi kadar destinasyonu ziyaret eden turistlerin değerlerini, yaşam alışkanlıklarını ve eğilimlerini de belirlemek gerekmektedir. Sürdürülebilir bir turizm yönetim anlayışında sadece yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının karar belirleyici olduğu durumlarda yanlış politikalar uygulanabilmekte, yerel halk ve turistlerin beklentileri açısından yetersiz kalılabilmektedir (Altanlar ve Akıncı Kesim, 2011: 19).

Genel olarak turistik bir destinasyondaki kültürel miras değerlerinin yanı sıra tarihi ve doğal güzellikler, farklı bir yerel mutfak, gece ve eğlence hayatı, değişik rekreasyonel aktiviteler, sanat ve spor faaliyetleri ve alışveriş merkezleri, gelişmiş bir şehir içi ulaşım sistemi, şehrin güvenliği, konaklama ve ulaşım imkanları ve bunların maliyetleri turistlerin tercihlerini olumlu yönde etkilerken; yetersiz olan ulaşım ve

otopark uygulamaları, trafik sorunları, yıpranmış ve onarılmamış tarihi doku, yenilenmemiş kent alanları ve eski aktiviteler olumsuz yönde etkilemektedir (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006: 43)

Kültürel miras değerleri açısından zengin olan bir destinasyonun turizm gelişimini sağlayacak olan pazarlama ve planlama çalışmalarında, diğer paydaşların etkili politikalar üretebilmeleri açısından yürütülecek olan çalışmalarda sektör temsilcileri ve plancıları turistler ile birlikte hareket etmeleri stratejik bir öneme sahiptir. Bu sebeple, bir destinasyonun dünyaya tanıtılmasında en etkili araç olarak varsayılan turizm fonksiyonunun planlı ve stratejik gelişiminin sağlanmasında öncelikle turistlerin davranışlarının analiz edilmesi, memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu sebeple kültürel miras açısından zengin olan birçok bölgede ziyaretçi anketleri yapılmakta, buradan elde edilen veriler analiz edilmekte ve geleceğe dönük yürütülecek olan plan ve politikalarda karar alıcılara yol gösterici olmaktadır. Mevcut olan turistlerin kültürel miras konusundaki görüşlerinin alınması ve bu konudaki memnuniyet düzeyleri, bölgenin potansiyel olan ziyaretçileri açısından da büyük önem taşımakta, bu sebeple destinasyonun kültürel miras yönetiminin planlı ve sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunacaktır.

2.3.2. Yerel Halk

Turizme yönelik yerel halkın algıları ve turizmin etkileri yaklaşık olarak 40 yıldır araştırmalara konu teşkil etmiştir. Yapılan bu araştırmalar sonucunda turizmin ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilerinin, yerel halkın turizme yönelik algılarını ve tutumlarını belirlediği ortaya çıkmıştır. 1980'lerden sonra turizmin bir endüstri olarak gelişmesiyle birlikte, ziyaret edilen bölgede yaşayan yerel halkın turistik ürünün özünü oluşturduğu ve turizm faaliyetlerinin yerel halkı olumlu ya da olumsuz olarak etkilediği açık bir şekilde görülmüştür. Yapılan araştırmalar turizmin ekonomik etkilerinin yerel halkı olumlu yönde etkilerken, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur (Jurowski vd., 1997; Brunt ve Courtney, 1999; Akt: Akova, 2006: 3-4). Özellikle son yıllarda "Toplum Temelli Turizm (CBT)" ve "Toplumsal Fayda Turizmi Girişimleri (CBTIs)" gibi turizm

alanlarını geliştirmeyi, kaynakları korumayı ve turizm endüstrinin gelişmesini amaçlayan ve bu faaliyetlere yerel halkın katılımını teşvik eden yeni turizm konuları gündeme gelmektedir. Bu sebeple, toplum temelli turizme yönelik birçok konu turizm ile ilgili yürütölen çalışmalarda odak noktası olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ölkelerde yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımındaki öneminin anlaşılması ve toplumun önde gelen üyelerinin bölgedeki turizm karar süreçlerine dâhil edilmesi, toplum temelli turizm anlayışının tüm dünyada hızla yayılmasına öncülük etmektedir. Batta ve Pathak (2009), yerel halkın sürdürülebilir bir bakış açısıyla yaklaşılmayan turizm faaliyetlerinin bedelini, çevresel kaynakların bozulması, peyzajın ticarileşmesi ve aşırı yoğunluk gibi şekillerde ödediği ve bu sebeple turizmin sağlamış olduğu ana ekonomik getiriden yerel halkın tam olarak faydalanamadığı sonucuna varmıştır (Ghasemi ve Hamzah, 2014: 17). Bu bağlamda Butler (1980), turizmin yaşam döngüsü üzerine yapmış olduğu bir çalışmada, bir bölgede turizm faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte ilk olarak, turizmin olumlu etkilerinden dolayı yerel halkın olumlu bir yaklaşımı olacağını, fakat turizmde yaşanan sosyal, kültürel ve çevresel problemlerden dolayı ortaya çıkan endişelerin zamanla olumsuz bir yaklaşımın gelişmesine neden olacağını belirtmektedir. Dolayısıyla, yerel halkın turizme olan desteğinin zamanla azalmaya başlayacağından bahsetmektedir (Özaltın Türker ve Türker, 2014: 82, Türker vd., 2016: 10; Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 3; Bilim ve Özer, 2013). Bu konuyu “sosyal değişim teorisi” ile açıklamaya çalışan bazı araştırmacılara göre, turizmin neden olduğu maliyetin yerel halka sağlamış olduğu faydayı geçmediği sürece, yerel halkın turizme vermiş olduğu destek devam etmektedir (Getz, 1994: 275; Akova, 2006: 5). Dolayısıyla, ekonomik açıdan turizm sektörüne bağlılık derecesi, yerel halkın turizm faaliyetlerini kabullenme ölçüsünü artırmaktadır. (Besculides vd., 2002, Akt: Varnacı Uzun ve Somuncu, 2011: 22). Toplumun sosyo-kültürel yapısı, turistlerin bölgede geçirdikleri zaman miktarı ve ekonomik yönden turizm sektörüne bağlılık derecesi gibi bazı sosyal ve kültürel faktörler yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumunu etkilemektedir. Bu sebeple sürdürülebilir turizm gelişimine ilişkin hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için çok paydaşlı bir ortaklık modeli önerilmektedir. Bu model bir toplumun konumuna, tecrübesine, büyüklüğüne, refah seviyesine vb. diğer

unsurlara bakılmaksızın, yerel halka turizmle ilgili faydaların aktarılması görüşüne dayanmaktadır. Bu sebeple, paydaşlar bir ortaklık içinde sürdürülebilir turizm gelişimini sağlamakla birlikte yerel halka faydalar sağlamayı amaçlamaktadır (Ghasemi ve Hamzah, 2014: 17).

Turizm literatüründe yerel halk, turizmin etkili olduğu alanlardaki en önde gelen paydaş konumundadır (Aas, 2005: 28-29). Jafari (2001)'e göre bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin gelişimi, o bölgedeki yerel halkın turizme yönelik katılımı, desteği ve iyi niyetine bağlı olmaktadır (Solmaz, 2014: 103, Cengiz ve Kırkbir, 2007: 20). Yerel halkın turizm gelişim sürecine ilişkin görüş ve önerilerini alarak, karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak, halkın turizm konusunda karar mercilerini etkileyebilmeleri ve kendilerini turizmin bir parçası olarak görmeleri açısından oldukça önemlidir (Okuyucu ve Somuncu, 2012: 38-39, Özdemir ve Kervankıran, 2011: 5). Yerel halkın algı ve tercihleri, turizm gelişimi açısından yürütülen politika ve programlara uyum sağlayamadığı durumlarda, yürütülen bu politika ve programlar uygulamada başarısız olabilmektedir. Kültürel değerlerine duyarlı sürdürülebilir bir turizm anlayışının oluşturulabilmesi açısından, yerel halkın turizm yönelik tutum ve algılarının dikkate alınması gerekmektedir. Turizme yönelik sürdürülebilir uygulamalarda ve planlama çalışmalarında yerel halk, ilgili kişi ya da kurumlarla işbirliği içerisinde bulunmalı ve bu konuda gerekli olan tüm kolaylaştırıcı imkânların sağlanması gerekmektedir. Bir turizm planının başarısı, yerel halkın desteği olmadan bir turizm planının gerçekleşmesi mümkün görünmemektedir (Özaltın Türker ve Türker, 2014: 82). Bu temel unsurun dikkate alınmaması durumunda, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve ekonomik getirisinin artırılması veya bir başka ifadeyle sürdürülebilir bir turizm gelişim modelinin uygulamaya konulması imkânsızdır (Solmaz, 2014: 103). Turistlerin ziyaret ettikleri yerden memnun kalma dereceleri, o bölgedeki yerel halkın turisti kabul etme derecesine bağlı olmaktadır (Gürsoy ve Rutherford, 2004, Akt: Varnacı Uzun ve Somuncu, 2011: 22).

2.3.3. Turizm İşletmeleri

Bir destinasyonu ziyarete eden turistlerin ihtiyaç duydukları ulaştırma, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan çabaların tümünü sağlayan turizm endüstrisi, büyük çoğunlukla işletmelerden oluşmaktadır. Günümüzde işletmelerin sosyal ve ekonomik yaşamda sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasındaki rolü ve etkisi her geçen gün biraz daha artmaktadır. İşletmeler bazında sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi için örgütlerin çevresel bütünlük, sosyal eşitlik ve ekonomik refah ilkelerini ortaya koydukları ürünleri, politikaları ve uygulamalarına yansımaları gerekmektedir (Bansal, 2005: 200). Çevresel bütünlük ilkesi turistik işletmelerin, kurumsal çevre yönetimiyle ekolojik yapıda meydana getirdikleri olumsuz etkileri en aza indirme çabası olarak tanımlanabilir. Sonuç itibariyle işletmeler, ortaya koydukları faaliyetler sebebiyle az ya da çok çevre üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadırlar. Bu nedenle turistik destinasyonlardaki her işletme bu etkinin minimum ve kabul edilebilir en rasyonel ölçülerde olması için mücadele etmelidir. Ayrıca işletmeler, içinde yaşadıkları topluma yapacakları sosyal sorumluluk projeleri ile sosyal eşitliğin sağlanması noktasında katkıda bulunabilirler. Ekonomik, yasal, etik yükümlülüklerini yerine getiren ve gönüllü faaliyetlerde bulunan işletmeler, toplumdaki bireylerin kaynaklara adil bir biçimde erişmesine olanak sağlarlar. Bunun yanında işletmelerin çalışanlarının yaşam koşulları, ekonomik kazanç ve diğer sosyal olanaklarını iyileştirerek yerel ekonomik hayatın da gelişmesine olumlu katkıda bulunmaları mümkün olacaktır (Doğan, 2014: 41).

İşletmeler aynı zamanda üretmiş oldukları mal ve hizmette değişim sağlayarak değer yaratmaktadırlar. Bu bağlamda ürettikleri farklı ve yeni ürünler sayesinde, maliyetleri azaltarak ya da ürünün etkinliğini artırarak değer yaratabilirler. Destinasyonda sunulan hizmetlerin kalite standardı ve konforu yüksek tutularak destinasyondaki turistlerin deneyimlerini maksimize etme olanağı da sağlanabilir. Sözü edilen turistik hizmetin gerçekleştirilmesinde kalite ve konfor maksimizasyonu sağlanırken, destinasyondaki sosyal, kültürel ve doğal kaynaklara yönelik olumsuz etkiler minimize edilebiliyorsa ya da tamamen ortadan kaldırılıyorsa, o zaman gerçek anlamda sürdürülebilir bir ekonomik başarıdan söz edilebilir. Bu sebeple

turistik destinasyonlar açısından rekabet avantajı sağlamak amacıyla, turistik işletmelerin yerel ve geleneksel değerlere önem veren bir yaklaşım sergilemeleri gerekmektedir (Yurtseven, 2006: 130).

Kültürel miras yönetimi açısından turizm sektörünün temsilcileri, yerel halk, işletmelerin sahip, ortak ya da yöneticileri paydaş olarak kabul edilmektedir. Öte yandan turistik bir bölgeye ziyaretçi sağlayan seyahat acentası, tur operatörü gibi işletmelerle, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayan ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek ve turistik aktivite işletmeleri kültürel miras yönetiminin önemli birer parçası konumdadırlar. Kültürel miras alanlarında faaliyet gösteren turizm işletmelerinin, turistlerin istek ve davranışlarını destinasyonun sürdürülebilirliğini sağlama doğrultusunda yönlendirmesi önem arz etmektedir. Miras alanlarına turist gönderen ve destinasyondaki ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılayan turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik konusundaki performansı ancak turist davranışlarının ölçülmesi ile mümkündür. Ayrıca turizm işletmelerinin sahip ve/veya yöneticilerinin, destinasyonun tümünü içeren toplumsal bir bakış açısıyla hareket etmesi çevresel sorunların çözüme kavuşturulmasında oldukça etkili bir yöntemdir (Yurtseven ve Dönmez Polat, 2004: 67).

Kültürel mirasın sürdürülebilir yönetimi ancak turizm işletmelerinin bu bakış açısını ticari amaçlarıyla ilişkilendirerek toplumsal sorumlulukları çerçevesinde dengelemeleriyle mümkün olabilmektedir. Genellikle destinasyonlara turist gönderen işletmeler (tur operatörü, seyahat acentası vb.) ile onların destinasyondaki tamamlayıcısı durumundaki işletmeler arasında çıkar çatışması söz konusu olabilir. Benzer şekilde destinasyondaki yerel halk ve işletmeler ile turistler arasında değerler konusunda çatışmalar söz konusu olabilir. Çünkü bir destinasyonu ziyaret eden turistler ile diğer yerel paydaşlar her zaman aynı bakış açısına ve değer yaklaşımına sahip olamayabilirler. Bu sebeplerle turizm işletmelerinin, hem turistlerle hem de yerel halk ve yerel yönetim birimleriyle uyumlu ve ortak amaçlar doğrultusunda hareket etmesi, sürdürülebilir yönetim açısından oldukça kritik bir öneme sahiptir (Doğan, 2014: 42).

2.3.4. Yerel Yönetimler

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması sektörel anlamdaki rekabette üstünlük sağlamanın en önemli aracı ve aynı zamanda zorunluluğudur. Günümüzde birçok ülke sürdürülebilir turizm kavramının önemini, toplumun tüm kesimine yaymak amacıyla büyük çaba harcamaktadır. Dünya Turizm Örgütü'ne göre sürdürülebilir turizm gelişimi açısından yaygın bir katılım ve ortak görüş oluşturmak için, istikrarlı ve güçlü bir siyasi yapının yanı sıra ilgili tüm paydaşların katılımı bir zorunluluktur. Bu sebeple turistik destinasyonlarda sürdürülebilir yönetim anlayışının oluşturulması sürecinde yerel yönetimler, karar alıcı ve uygulayıcıları olarak, yerel paydaşlar arasında en önemli rol modeldir. Ayrıca kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlarken sorumlu turizm anlayışının toplum genelinde yaygınlaşması ve kabul görmesi hususunda sorumluluk sahibidirler. Yerel yönetimlerin turizm sektörüne yönelik alt ve üst yapı tesisinden genel temizlik hizmetlerine kadar, yasayla kendilerine verilmiş olan pek çok yetki ve sorumlulukları bulunmaktadır (Selvi ve Şahin, 2012: 24).

Turizm sektörü genel olarak dünyanın her noktasında özel sektörün elinde olmasına rağmen, sektörel anlamdaki olumsuzlukları ve negatif etkileri en aza indirecek veya önleyecek bir yerel otoritenin bulunması zorunluluktur. Birçok ülkede yerel yönetimler turizm faaliyetleri ile yakından ilgilenmemekte ve turizmi planlama, geliştirme ve yönetme gibi konularda çok az bir deneyime sahiptir. Gerçekte bahsedilen tüm bu sorumlulukları yerine getirecek olan otorite merkezi otoriteler ya da yerel yönetimlerdir. Fakat son yıllarda bu durum değişmekte ve yerel yönetimlerin kilit rolü artık tanınmaktadır. Başta belediyeler olmak üzere valilik, kaymakamlık gibi yerel yönetim birimlerinin, turizmin diğer paydaşları ile birlikte uygulanacak olan plan ve politikaların tasarımında koordine edici ve kolaylaştırıcı rol aldıkları görülmektedir (Dede ve Güremen, 2010: 49-50). Günümüzde “yerel yönetimlerin turizm sektöründeki rolü nedir?” sorusundan ziyade “yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizme katkıları ne olabilir” sorusu üzerinde odaklanılmaktadır. Bunun nedenleri ise şu şekilde sıralanabilir (Tourism and Local Agenda, 2003: 8) :

- Diğer mal ve hizmet gruplarının tüketiminden farklı olarak, turizm sektöründe tüketicilerin ürünün yanına kadar getirilme gibi zorunluluğun bulunması,
- Turistlerin sadece bireysel ürünlerde değil, aynı zamanda destinasyon tercihlerinde de bilinçli davranmaları,
- Turistlerin deneyim ve beklentilerinin ulaşım, bilgi, konaklama, ilgi çekici yerler, yerel altyapı, etkinlikler, doğal ortamlar, kültürel miras, misafirperverlik, güvenlik ve daha birçok karmaşık bileşenlerden oluşması,
- Özel sektörün yapı itibari ile çok farklı olması, daha çok küçük ve mikro işletmelerden oluşması,
- Sürdürülebilirliğin çıkarlarını koruma açısından, kamu otoritelerinin destinasyonlarda turizmin düzenlenmesine katılması gerekliliği,
- Birçok ülkede adem-i merkeziyetçi yönetim yaklaşımının benimsenmesi sebebiyle, yerel yönetimlerin turizm konularına müdahale etme yeteneğinin artması,

Yerel yönetimler turizm işletmeleri, turistler ve yerel halkın çıkarlarının dengelenmesi açısından turizme sürdürülebilir bir yaklaşım geliştirmek adına kurulmuş olan en uygun organizasyonlardır. Yerel yönetimlerin turizmi sürdürülebilir biçimde yönetebilme yeteneği genellikle şu hususlardan kaynaklanmaktadır;

- Demokratik meşrulukları,
- Göreceli kalıcılıkları ve uzun vadeli görüş alma becerileri ve
 - Alan planlaması, kalkınma kontrolü, çevre yönetimi ve toplumsal hizmetler de dâhil olmak üzere turizmin gelişimini etkileyebilecek çeşitli işlevler açısından sorumluluk alabilme yeteneği olarak ifade edilebilir (Tourism and Local Agenda, 2003: 8).

2.3.5. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşları; kar amacı gütmeksizin topluma fayda sağlamak için çalışan, ülke demokrasisinin gelişimine katkı sağlayan, devlete bağımlı olarak veya yerine göre devletten bağımsız hareket edebilen, bireylerin ortak amaçları açısından incelendiğinde ise siyasal idareyi kamuoyu oluşturmak suretiyle etkileyebilen bir örgütlenme türüdür (Harman, 2014: 344). Akatay ve Harman'a (2014: 15) göre STK; *“Sivil toplum kuruluşları; yurttaşların ortak bakış, ortak çıkar, ortak duyarlılık, ortak talep vb. temelinde gönüllü olarak bir araya gelmek suretiyle, devletin hukuki, idari, üretici ve kültürel organlarının dışındaki alanda meydana getirdikleri dernek, vakıf, sivil girişim, platform, ilişki ağı ve benzerlerinden oluşan biçimsel, biçimsel olmayan, geçici, esnek örgütlenmeler ya da yapılar ve etkinlikler olarak”* tanımlanmaktadır. Dünya Sivil Toplum Kuruluşları Birliği'nin (World Association of Non-Governmental Organizations) yapmış olduğu sınıflandırmaya göre dünya genelinde STK'ların 28 farklı alanda faaliyet göstermektedir. Türkiye'de ise STK'lar yasal açıdan dört sınıfta toplanmaktadır (Yıldırım 2004: 42). Bunlar:

- Yasa gereği zorunlu olarak kurulan STK'lar (Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Meslek Kuruluşları, Kooperatifler vb.)
- Yasa gereği zorunlu olarak kurulmayan, fakat demokratik hukuk devletlerinde var olması adeta bir zorunluluk olan, ve temsilcisi olduğu kitlenin hak ve çıkarlarını koruyan STK'lar (İşçi ve İşveren Sendikaları vb.)
- Demokrasi, barış, özgürlük, eğitim, sağlık, çevre gibi konularda kurulmuş olan biçimsel bir yapıya sahip gönüllü dernek, vakıf gibi STK'lar (ÇEKÜL, TEMA, TÜRSAB vb.)
- Biçimsel bir yapıya sahip olmayan ve gönüllülük esasına dayalı olarak kurulan dernek ve platformlar şeklinde STK'lar (Kalkınma ve Dayanışma Dernekleri, Türkiye Aile Platformu vb.)

Günlük yaşamın birçok alanında önemli rolleri bulunan sivil toplum kuruluşlarının turizm sisteminin işleyişi bakımından önemli rollerinin bulunduğu söylenebilir. Turizm sektöründe çok farklı kesimlerden oluşan paydaşlar arasındaki koordinasyonun sağlanması, STK'larının bu alandaki rollerinin en başında gelmektedir (Holden ve Mason, 2005: 421). Ayrıca STK'ların turistik bir bölgedeki yerel halkın gelişimine yönelik projelerin hazırlanması, turizme dayalı gelirin dağılımındaki adaletsizliğin giderilmesi, turizm yönetimi konularında danışmanlık sunması gibi turizm sektöründe bazı pozitif rolleri bulunmaktadır (Harman, 2014: 347). Bunun yanında yerel yönetimler ve diğer turizm paydaşları ile ortak hareket ederek STK'ların, yerel halkın ve turizm çalışanlarının eğitilmesi konularında etkin rol aldıkları söylenebilir (Doğan, 2014: 47). Bu bağlamda STK'ların kültürel mirasın yönetimi konusunda etkin bir paydaş olduğu ve sürece önemli katkılar sağladığı görülmektedir.

BM Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu'nun 1999 yılında sunduğu "Sürdürülebilir Turizm: Sivil Toplum Örgütleri Perspektifi" raporunda STK'ların turizm sisteminin ayrılmaz bir parçası olduğuna vurgu yapılmaktadır. Rapora göre turizmin yerel halk ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılma noktasında STK'lara önemli görevler düştüğüne vurgu yapılmaktadır. Türkiye'de turizm konusunda faaliyet gösteren STK'lar daha çok dernek, birlik veya federasyon şeklinde örgütlenmişlerdir. Sivil Toplum Geliştirme Merkezi'nin (STGM) sivil toplum kuruluşları veri tabanına göre, isminin içinde "turizm" kelimesi geçen STK sayısı 137 iken, faaliyet alanını "turizm" olarak ifade edilen STK sayısı 86'dır. STGM veri tabanına kayıtlı olan ve turizmle ilgili konularda faaliyet gösteren STK'ların en bilinenlerine örnek olarak Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED), Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), Türkiye Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) , Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) verilebilir (Harman, 2014: 348).

BÖLÜM 3: KONYA VE TURİZM POTANSİYELİ

3.1. Konya Tarihi'ne Kısa Bir Bakış

Konya şehrinin isminin *Kutsal Tasvir* anlamındaki "İkon" sözcüğüne bağlı olduğu iddia edilmektedir. Mitolojide bu konuda değişik rivayetler bulunmaktadır. Bu hikâyelerden birinde anlatıldığı üzere, kente dadanan ejderhayı öldüren kişiye şükran ifadesi olarak bir anıt yapılır ve üzerine de olayı anlatan bir resim çizilir. Bu anıta verilen isim, *İkonion* dur. İkonion adı, zamanla *İcconium*'a dönüşür. Roma döneminde İmparator adlarıyla değişen, *Claudiconium*, *Colonia Selie*, *Augusta İconium* gibi yeni adlar alır. Bizans kaynaklarında *Tokonion* olarak geçen şehre ve bölgeye verilen diğer isimler ise *Ycconium*, *Conium*, *Stancona*, *Conia*, *Kavania*, *Cogne*, *Cogna*, *Konien*, *Konia*'dır. Araplar kentin ismini *Kuniya* olarak değiştirmişlerdir, Selçuklu ve Osmanlı döneminde bu ad Konya'ya dönüşmüştür. Günümüzde de kent hala Konya adını taşımaktadır (<http://konya.gov.tr>, Erişim: 13.02.2017).

Konya, tarih boyunca dünyanın en önemli kadim şehirlerinden biri olarak günümüze kadar varolmuştur. Konya'da yerleşik şehir hayatın Prehistorik (tarih öncesi) çağda başladığı anlaşılmakta, şehir merkezine yakın olan bir konumda bulunan Çatalhöyük, bugüne kadar keşfedilmiş en eski ve en gelişmiş Neolitik devir yerleşim merkezi olarak bilinmektedir. Şehrin merkezini oluşturan Alaaddin Tepesi Neolitik dönem (M.Ö. 9000-5000) sonları ile Kalkolitik dönem (M.Ö. 5500-3000) başlarında kurulmuş olup M.Ö. 2000 yıllarından beri düzenli olarak iskân görmüş höyüklerden biridir. Bölgede yapılan kazılarda Frig, Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı yerleşimlerine ait bulgular elde edilmiştir. Tarih devirlerinde Anadolu ve Suriye topraklarında bu höyüklerden biridir. Bölgede yapılan kazılarda Frig, Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı yerleşimlerine ait bulgular elde edilmiştir. Tarih devirlerinde Anadolu ve Suriye topraklarında büyük bir imparatorluk kuran Hititler Konya'ya da hâkim olmuşlardır. M.Ö. 8. ve 7. yüzyıllarda ise Frigler zamanında surlarla çevrilmiş İç Kale'de (Alaaddin Tepesi'nde) gelişen Konya (Kavania) bir kale-kent haline gelmiştir. Frigler'den

sonra Lidyalılar'ın egemenliğine giren Konya, daha sonra M.Ö. 4. yüzyılda Persler ve M.Ö. 2. yüzyılda da Büyük İskender, Selevkoslar ve Bergama krallığının istilasına uğramıştır. M.S. 395'te Anadolu'da Roma hâkimiyeti sağlanınca Konya, İconium olarak varlığını korumuştur. Konya, neolitik çağdan günümüze kadar uzanan süreçte bir yerleşim yeri olarak çağlar boyunca önemli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Böylece kent farklı toplumların farklı üretim ve yapım teknikleri ile meydana getirdikleri birçok sanat eserine sahip olmuştur. Konya'da Mısırlılar'dan önce hiyeroglif yazının kullanıldığı tarihte (M.Ö. 3500) ilk ev mimari ve ilk kutsal yapı kalıntılarına rastlanmaktadır. Hristiyanlık devrinde ait Anadolu'daki en eski Hristiyan yerleşimine ve en eski kiliselerine de bu bölgede rastlanmaktadır (<http://konyakultur.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017).

Tablo 3.1. Konya'nın Yerleşim Birimi Olarak Tarihsel Gelişimini Etkileyen Medeniyetler

Dönem	Hâkim Olan Medeniyetler
M.Ö. 8. Yüzyıl	Hitit Medeniyeti
M.Ö. 7. Yüzyıl	Frig ve Kimmerler Medeniyeti
M.Ö. 6. Yüzyıl	Lidyalılar
M.Ö. 5. Yüzyıl	Pers Medeniyeti
M.Ö. 4. Yüzyıl	Makedonlar
M.Ö. 1. Yüzyıl	Roma Medeniyeti
M.S. 7. Yüzyıl	Sasaniler ve Müslüman Araplar
1077-1307	Selçuklu Medeniyeti
1307-1465	Karamanoğulları Beyliği
1465-1923	Osmanlı Medeniyeti
1923-	Cumhuriyet Dönemi

Kaynak: <http://konyakultur.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017

1071 senesinde yapılan Malazgirt Savaşı'ndan önce Anadolu üzerinde keşif hareketleri düzenleyen Müslüman Türkler ve Anadolu'yu tanıyan Büyük Selçuklular, bu savaş sonucu Anadolu'nun büyük bir kısmı ile birlikte Konya'yı da bir Müslüman Türk şehri yapmışlardır. Konya'nın fethedilmesiyle birlikte kentte İslam kültürünün etkili olduğu dönem başlamıştır. İslâm tarihi içinde Emevîlerin Konya'ya geldikleri dönemlerde, şehrin Bizans eyaleti olarak varlığını sürdürdüğü bilinmektedir. 1071 Malazgirt zaferinden sonraki süreçte Selçuklu Sultanı Kutalmışoğlu Süleyman Şah tarafından fethedilen Konya, Anadolu Selçuklu Devletinin başkenti İznik'in 1097 yılında 1. Haçlı Seferi ile kaybedilmesi üzerine başkent yapılmıştır. Konya, bu tarihten 1307 yılına kadar aralıksız bir şekilde Anadolu Selçuklu Devletinin başkenti olmuştur (<http://konya.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017)

Tarihin her döneminde önemli bir yerleşim merkezi olmasına rağmen Konya, gerçek kimlik ve zenginliğine Selçuklu sultanları sayesinde kavuşmuştur. Konya, Anadolu Selçuklularına başkentlik yaptığı 1096-1277 yılları arasında ilim, kültür ve sanatta dönemin ünlü âlimleri, filozofları, şairleri, mutasavvıfları, hoca ve diğer sanatkarları da burada toplanmışlardır. Bahaeddin Veled ve Mevlâna Celâleddin başta olmak üzere Kadı Burhaneddin, Kadı Siraceddin, Sadreddin-i Konevî, Şahabeddin Sühreverdi gibi bilginler ve Muhyiddin-i Arabî gibi mutasavvıflar Konya'ya yerleşmişler, verdikleri eserlerle şehri bir kültür merkezi hâline getirmişlerdir. "Konya'nın Altın Çağı" denilebilecek bu dönem 13. yüzyıl ortalarına kadar devam etmiştir. Bilhassa Hz. Mevlâna fikir ve felsefesi ile insanlığı aydınlatmış, Mesnevî ve Dîvân-ı Kebîr gibi eserler bırakmıştır. Yine önemli âlimlerden biri olmakla birlikte ilmî kimliği fazla öne çıkmayan Nasreddin Hoca da güldüren ve düşündüren fıkraları ile Konya'nın kültür ve sosyal hayatının gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Selçuklular Dönemi Konya'sında kütüphaneler açılmış, bu dönemde din, hukuk, tarih, edebiyat, felsefe, sanat, tıp ve kozmografya alanında büyük tarihî ve kültürel atılımlar yapılmış, buna bağlı olarak kent genelinde birçok medrese, cami, kütüphane, türbe, çeşme, kale, han, hamam, çarşı, bedesten, köprü ve saray inşa edilmiştir. Konya, 1277 yılında Karamanoğulları tarafından ele geçirilmiştir. Daha sonra Karamanoğulları Beyliği'nin en büyük şehri

olan Konya’da, ilim ve kültür alanındaki gelişmeler devam etmiş, Ulu Arif Çelebi ve oğulları Adil ve Alim Çelebiler ile Ahmet Eflaki ve Sarı Yakup gibi bilgin ve mutasavvıflar yetişmiştir. Ali Gav Zaviye ve Türbesi, Kadı Mürsel Zaviye ve Türbesi, Ebu İshak Kazeruni Zaviyesi, Hasbey Darü’l-Huffazı, Meram Hasbey Mescidi, Şeyh Osman Rumi Türbesi, Ali Efendi Muallimhanesi, Nasuh Bey Darü’l-Huffazı, Turgutoğulları Türbesi, Kalenderhane Türbesi, Tursunoğlu Camii ve Türbesi, Burhaneddin Fakih Türbesi, Siyavuş Veli Türbesi gibi tarihi ve kültürel eserler Karamanoğulları döneminde yapılmıştır (<http://konyakultur.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017; <http://konya.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017).

Osmanlı padişahlarından II. Mehmet (Fatih) Karamanoğulları hâkimiyetine son verince, artık Konya bir Osmanlı şehri olmuştur (1465). Fatih Sultan Mehmed, 1470’te Devletin Rumeli (Sofya), Anadolu (Kütahya), Rûm (Tokat) Eyaletlerinden sonra 4. Eyalet olarak Karaman Eyaletini, merkezi Konya şehri olmak üzere kurmuştur. 17. yüzyılda 11 sancaklı eyalet 80.000 km² ye yakın bir büyüklüğe ulaşmış, Tanzimat Döneminde bu eyalete Karaman yerine Konya denmeye başlanmıştır. 1910’da 102.000 km² büyüklüğündeki Konya Eyaleti 11 ilçeli Konya Merkez, 7 ilçeli Niğde, 2 ilçeli Burdur, 5 ilçeli Teke (Antalya), 5 ilçeli Hamîd (Isparta) sancaklarına ayrılmıştır. Konya, Doğu seferlerine çıkan Osmanlı Sultanlarından Yavuz Sultan Selim, Kanunî Sultan Süleyman ve II. Murad’ın uğrak yeri olmuştur. Konya Osmanlı İmparatorluğunun doğu ve güney seferlerinde ordunun dinlenme ve hazırlık yeri olarak kullanılmıştır. Yavuz Sultan Selim Han, 3 kez Konya’ya uğramış ve bu ziyaretlerinde Mevlâna Dergâhı tamir edilmiş, şehre içme suyu getirilmiş, nüfus ve arazi sayımı yapılmıştır. Osmanlı döneminde Konya’da ilim, kültür ve sanat hareketleri kesintisiz olarak devam etmiş ve kent ünlü alimler, şairler, tarihçi ve filozofların toplandığı merkez olmaya devam etmiştir. Bu dönemde de mimarî yönden pek çok cami, çeşme, medrese gibi eserler inşa edilmiştir. Selimiye Câmii, Yusufâğa Kütüphanesi, Piri Mehmed Paşa Câmii, Şerafettin Câmii, Kapu Câmii, Hacı Fettah Câmii, Nakiboğlu ve Aziziye Câmiileri, Şeyh Halili Türbesi ile Mevlâna Külliyesi dönemin mimarî eserlerinden bazılarıdır

(<http://konya.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017; <http://konyakultur.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017).

Konya, Şehzadelerin Valilik yaptığı bir Osmanlı Eyaleti olmuştur. 1648 yılında Evliya Çelebi Konya'ya gelmiş ve Seyahatnamesinde geniş bir şekilde bahsetmiştir. 1867'de büyük bir yangın, 1873'de kıtlık tehlikesiyle karşılaşmıştır. Osmanlının son döneminde Tanzimat Fermanı ile Konya'da da yenileşme hareketleri başlamış, ilk gazete 1869 yılında çıkarılmıştır. Şehir genelinde medreselerin yanında birçok ilkokul (İptidaî), öğretmen okulu (Darülmualimîn) ve ortaokul (Rüştiye) açılmıştır. İlk lise (idadi) 1889 yılında açılmış olup yine aynı yıllarda Konya Sanat Okulu, Vali Ferid Paşa tarafından hizmete alınmıştır. 1908'de Hukuk Fakültesi açılmıştır. 1900 yılında Konya'daki medrese sayısı ilçeler dâhil 530'a ulaşmıştır. Konya, 1898'de demiryoluna kavuşmuştur. Cumhuriyet devrinde hızla büyüyen ve gelişen Konya, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlılar döneminden kalan eserler ile bugün açık hava müzesi konumunda bir şehirdir. Dünya insanlık tarihinin en eski yerleşim merkezlerinden biri olan Konya, uzun tarihî süreç içerisinde birçok medeniyetin izlerini bünyesinde taşımaktadır (<http://konyakultur.gov.tr>, Erişim: 14.02.2017)

3.2. Turizm Çeşitleri Açısından Konya

Konya tarihin ilk yerleşim yerlerinden birisi olarak geçmişten günümüze kadar çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış ve bunun yanında sahip olduğu farklı doğal güzellikleri ile turizm açısından oldukça zengin bir şehir konumuna gelmiştir (Tapur, 2009: 476). Ayrıca kültür ve inanç kaynakları bakımından zengin bir yapıya sahip olması, Konya'yı turizm anlamında öne çıkaran unsurlar olarak göze çarpmaktadır (Bilim ve Özer, 2013). Konya'da yer alan arkeolojik kalıntılar, kentsel ve doğal sit alanları, anıt, ören yerleri, höyük, camii, tümülüs, külliye, medrese, kilise, hamam, saray, han gibi tarihi varlıkları ile gelenek, görenek, folklor, yemek gibi varlıkları şehrin kültür ve inanç kaynakları bakımından zenginliğini gözler önüne sermektedir (Maç, 2006: 3 ve Tapur, 2009: 476). İnanç ve kültür turizminin yanında alternatif turizm açısından da Konya önemli bir konumda bulunmaktadır.

Kültür, inanç, sağlık, mağara, av, kongre vb. turizm çeşitleri açısından sahip olduğu potansiyel göz önünde bulundurulduğunda Konya'nın, turizm gelişime ne kadar açık olduğu çok net olarak görülebilmektedir (Uluslan ve Batman, 2010: 245).

3.2.1. Kültür Turizmi

Konya sahip olduğu tarihi geçmişi ile pek çok kültür ve medeniyete beşiklik etmiştir. Dünyanın ilk Hıristiyan yerleşim yeri ve mabetlerine ev sahipliği yapan Konya, kültür turizminde önemli bir potansiyele sahiptir. Bu çerçevede Konya, inanç turizminin yanında kültür turizminde de önemli merkezlerden olmayı hedeflemektedir. Orta Anadolu'nun kültür merkezlerinden olan Konya, milattan önce 5500 yıllarına uzanan yerleşim yerlerinden Hıristiyanlığın ilk mabetlerine kadar çok değerli tarihi eserlere ev sahipliği yapmaktadır. Konya topraklarına yerleşen her medeniyet ve topluluk kendi kültür ve sanat varlıklarını oluşturmuşlar ve kendilerinden sonra gelen toplumlara bırakmışlardır (Maç, 2006: 4 ve Tapur, 2009: 477). Şehir merkezinin 8 kilometre kuzey batısında bulunan Sille (Siyata) ören yeri keşişlerin kayalara oyduğu manastırlarıyla turizme kazandırılmayı beklemektedir. Burada 6 şapeli bulunan Ak Manastır ve Bizans İmparatoru Constantin'in annesi Helena tarafından Hac için Kudüs'e giderken Konya'ya uğrayarak yaptırdığı Aya Elena Kilisesi bulunmaktadır. Helena'nın ilk Hıristiyanlığa ait oyma mabetleri görmesinden sonra yaptırdığı bu kilise, asırlar boyu onarılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Konya'ya 34 kilometre uzaklıkta bulunan Kilistra Antik Kenti de önemli turistik mekânlar arasında yer almaktadır. Milattan önce 3. yüzyıla uzanan bir yerleşim yeri olduğu anlaşılan bu bölgede Sümbül Kilisesi ve Bizans devrine ait büyük su sarnıcı bulunmaktadır. Hıristiyanlık döneminden günümüze ulaşan bu kültür varlıklarının yanında Konya'da Çumra İlçesi yakınlarındaki Çatalhöyük 9 bin yıllık geçmişi ile ön plana çıkmaktadır. Dünyanın en eski yerleşim birimleri arasında gösterilen Çatalhöyük, ilk ev mimarisi ve ilk kutsal yapılara ait özgün buluntular ile yazının bulunmasından önceki insanlık tarihine ışık tutan merkezlerin basında gelmektedir. Ayrıca Eflatunpınar Hitit anıtı, Çatalhöyük, Karahöyük, İvriz Kaya Kabartmaları, Bolat, Nekropol ve Bouleterion gibi önemli tarihi değerler de Konya'nın kültür turizmi açısından potansiyelini göstermektedir. Bunun haricinde

Konya'nın geleneksel el sanatları ve folklorik değerleri de kültür turizminin bir parçasıdır. Konya'da keçecilik, halıcılık, kasıkçılık, tüfekçilik, testicilik, çinicilik ve Hat sanatı gibi el sanatları yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Semah, folklor ve tasavvuf musikisi de Konya'nın başlıca folklorik değerlerini oluşturmaktadır (Maç, 2006: 4-5).

Tablo 3.2. Konya'nın Önemli Kültür Çekicilikleri

Kültürel Çekicilikler	
Höyükler	Çatalhöyük, Alaaddin Tepesi, Karahöyük, Hatip Höyük (Meram), Çarıklar Höyüğü, Boncuklu Höyük (Çumra), Sırçalı Höyük (Çumra), Alibeyhöyüğü (Çumra), Sızma Höyük (Selçuklu), Osmancık Höyük (Kadınhanı), Çobankaya (Ilgın), Tombaktepe (Akşehir), Tavşançalı (Cihanbeyli), Yörükmezarı Höyük (Akşehir), Altmekin Höyük
Antik Kentler	Sille, Kilistra, Hadim Astra Antik Kenti, Seydişehir Vasada Antik Kenti, Bozkır Isaura Antik Kenti, Karapınar Oymalı Yeraltı Şehri
Anıtlar	Eflatunpınar Hitit Anıtı, Beyşehir Fasıllar Anıtı, İvriz Kaya Anıtı
Hanlar	Zazadın Hanı, Horozlu Hanı, Dokuzun Hanı, Kızılviran Hanı, Kadın Hanı, Obruk Han, Argıt Han (Ilgın), Ereğli Rüstem Paşa Kervansarayı
Saraylar	Selçuklu Sarayı (Alaaddin Tepesi), Beyşehir Kubad-Abad Sarayı
Müzeler	Mevlana Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Etnografya Müzesi, Atatürk Müzesi, Karatay Çini Eserler Müzesi, İnce Minare Taş ve Ahşap Eserler Müzesi, Sırçalı Mezar Anıtlar Müzesi, Büyükşehir Belediyesi Koyunoğlu Müzesi, Akşehir Arkeoloji Müzesi, Akşehir Atatürk Müzesi, Ereğli Müzesi

Kaynak: Tapur, 2009: 478

Yukarıda belirttiğimiz tarihi zenginlik, doğal güzellikler, kültür ve inanç değerlerinin yanında, coğrafi konum olarak Konya'nın İç Anadolu'nun merkezinde yer alması, şehrin modern yapılaşması, ulaşım kolaylığı, Türkiye'nin en güvenli kentlerinden birisi olması da turizm gelişimi açısından önemli kriterler olarak göze çarpmaktadır. Fakat bahsetmiş olduğumuz tüm bu olumlu özelliklere rağmen Konya'nın turizm gelirlerinden hak ettiği payı yeterince alamadığı görülmektedir. Konya'nın muhafazakâr yapısı ve "Mevlana Diyarı" olması sebebiyle sadece inanç turizmine dayalı değil, aynı zamanda şehrin sahip olduğu doğal ve kültürel değerleri de ön plana çıkaracak başta kültür turizmi olmak üzere, sağlık, kongre, doğa turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri açısından da bir cazibe merkezi olma özelliği kazandıracak turizm çalışmaları üzerinde durulmaktadır (Uluslan ve Batman, 2010: 245).

Konya ve ilçelerinde her yıl, kültür ve turizme yönelik çeşitli etkinlikler yapılmaktadır. Belli tarihlerde yapılan bu programlar, halkın yoğun katılımlarıyla geçmektedir. Bu etkinliklerden bazıları gece-gündüz ve hafta boyunca devam etmektedir. Konya ve ilçelerinde özellikle yaz aylarında çeşitli festivaller de yapılmaktadır. Bu festivaller o yörede yetişen bir ürün veya yörede öne çıkan tarihî, doğal veya kültürel bir konu kapsamında düzenlenmekte olup, Konya dışına göç etmiş yöre insanının senede bir gün bir araya gelmesine vesile olmaktadır. Bu kültürel etkinliklerden bir kısmı geleneksel hale gelmiş olup her yıl yapılmaktadır.

Konya ve çevresinde yapılan kültürel etkinliklerin bazıları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 3.3. Konya'da Düzenlenen Bilim, Kültür ve Sanat Etkinlikleri

Sıra	Etkinlik Adı	Niteliği	Düzenlendiği Tarih	Düzenleyen Kuruluş
1	Nevruz Bahar Bayramı	Ulusal	21 Mart	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
2	Uluslararası Öğrenci Filmleri Festivali	Uluslararası	31 Mart - 3 Nisan	Selçuk Üniversitesi

3	Kütüphaneler Haftası Kutlama Etkinlikleri	Ulusal	31 Mart - 06 Nisan	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Türk Kütüphaneciler Derneği Konya Şubesi
4	Turizm Haftası Etkinlikleri	Ulusal	15 - 22 Nisan	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
5	Bin Nefes Bir Ses Uluslararası Türkçe Tiyatro Yapan Ülkeler Festivali	Uluslararası	20-30 Nisan	Konya Devlet Tiyatrosu Müdürlüğü
6	Hız. Mevlâna ve Ailesinin Konya'ya Gelişleri Etkinlikleri	Ulusal	03 - 07 Mayıs	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü- Büyük Şehir Belediye Başkanlığı
7	Hıdrellez Kültür ve Bahar Bayramı	Ulusal	05 Mayıs	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
8	Kütören Kasabası Geleneksel En Güzel Buzağı ve Kuzu Yarışması ve Şenlikleri	Ulusal	15 Mayıs	Kütören Belediye Başkanlığı
9	Aşkın Film Festivali	Ulusal	12-20 Mayıs	Büyük Şehir Belediye Başkanlığı
10	Müzeler Günü	Uluslararası	18 Mayıs	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
11	Lille Yörük Şenliği	Ulusal	20-22 Mayıs	Çumra Havalisi Yörük Köyleri Yar. ve Day. Derneği
12	Geleneksel Nogay Türkleri Sabontay Etkinlikleri	Ulusal	22 Mayıs	Nogay Türkleri Eğt.Sos.Day.Derneği
13	Derbent İpek Yolu Kültür Ve Sanat Festivali	Ulusal	Her yıl Haziran Ayı	Derbent Belediye Başkanlığı
14	Yörük-Türkmen Kültür Şöleni	Ulusal	Her yıl Haziran 2. Haftası	Akşehir Ve Yöresi Yörükleri Yardımlaşma Ve Day.Kül.Der.
15	Cahit Zarifoğlu Çocuk Şenliği	Ulusal	7 Haziran	TYB Konya Şubesi
16	Uluslararası Beyşehir Fotoğrafçılar Buluşması	Uluslararası	18-20 Haziran	Beyşehir Belediye Başkanlığı Ve FOTOSEL
17	Meram Mahalle Şenlikleri	Ulusal	20 Haziran-20 Temmuz	Meram Belediye Başkanlığı
18	Geleneksel Başarabey Fasulye Şöleni	Ulusal	21 Haziran	Başarakavak Kasabası Sosyal ve Yard.Der.

19	Çumra Çatalhöyük Kültür Şenlikleri	Ulusal	23-26 Haziran	Çumra Belediye Başkanlığı
20	Çumralılar Şenliği	Ulusal	26 Haziran	Çumra Belediye Başkanlığı
21	İstida Şenlikleri	Ulusal	28 Haziran	Ortakaraören Belediye Başkanlığı
22	Hotamış Büyük Türkmen Kurultayı ve 2.Hotamış Tarım Fuarı Kül. Şenlikleri	Ulusal	26 Haziran-3 Temmuz	Hotamış ve Havalisi Kül. ve Day. Derneği
23	İlgın Kaplıca Sağlık Turizm Festivali	Ulusal	1 Temmuz	İlgın Belediye Başkanlığı
24	Uluslararası Akşehir Nasreddin Hoca Anma Ve Mizah Günleri	Uluslararası	05-10 Temmuz	Akşehir Belediye Başkanlığı Ve Akşehir Nasreddin Hoca Ve Turizm Derneği
25	Yelken Kanat Ve Yamaç Paraşütü Festivali	Ulusal	14-15 Temmuz	Çumra Belediye Başkanlığı
26	Beyşehir Göl Festivali	Ulusal	11-18 Temmuz	Beyşehir Belediye Başkanlığı
27	Yaşayan Selçuklu Çarşısı Etkinlikleri	Ulusal	Her yıl Ramazan Ayında	Beyşehir Belediye Başkanlığı
28	Atatürk'ün Konya'ya İlk Gelişlerinin Yıldönümü	Ulusal	03 Ağustos	İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü
29	Akşehir Şeref Günü	Ulusal	24 Ağustos	Akşehir Kaymakamlığı
30	Bektik Türkmenleri Kültür Şenliği	Ulusal	3 Eylül	Sazgeçit Belediye Başkanlığı – Oğuz Dulkadiroğlu Bek.Yaş.Der.
31	Hadim'de Hadimi'yi Anma Ve Bağ Bozumu Şenlikleri	Ulusal	12-13 Eylül	Hadim Belediye Başkanlığı
32	Konya Uluslararası Mistik Müzik Festivali	Uluslararası	22-30 Eylül	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
33	Uluslararası Dünya İnançları Fotoğraf Yarışması	Uluslararası	09-15 Ekim	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
34	Âhilik Kültür Haftası	Ulusal	12-18 Ekim	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
35	Konya Âşıklar Bayramı	Ulusal	25-28 Ekim	Büyük Şehir Belediye

Başkanlığı				
36	Kısa-Ca Uluslararası Öğrenci Filmleri Festivali	Uluslararası	06-11 Kasım	Selçuk Üniversitesi
37	Hız. Mevlâna'nın Vuslat Yıldönümü Uluslararası Anma Etkinlikleri	Uluslararası	07 - 17 Aralık	İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü

Kaynak: Konya Valiliği, 2014; www.kultur.gov.tr, Erişim: 25.02.2017; www.konyaastirmalari.blogspot.com.tr, Erişim: 25.02.2017

Yukarıdaki tabloda örnek olarak verilen bilim, sanat, kültür vb. etkinliklerin yanı sıra Konya'nın tamamına yakın ilçelerinde kasaba, köy, mahalle gibi yerleşim birimlerinin ve çeşitli kültür gruplarının her yıl veya belirli zaman aralıkları ile düzenlemiş oldukları birçok etkinlik bulunmaktadır. Düzenlenen bu etkinliklere özellikle yurtiçi turistler olmak üzere birçok katılım gerçekleşmektedir.

3.2.2. İnanç Turizmi

Kutsal yerlerin, bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilme eğilimlerinin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'de inanç turizmi adı altında bazı faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar 1995 yılında başlamıştır. Anadolu'nun birçok noktasında, inanç turizmi kapsamında; Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Yahudiliğe ait önemli ziyaret merkezleri bulunmaktadır (Maç, 2006: 3).

Konya'nın "İnanç Turizmi" konusunda sahip olduğu üstün potansiyelin, kentin dünya standartlarında bir destinasyon olmasında büyük değere sahip olduğu aşikârdır. Hz. Mevlâna ve onun temel yaklaşımının sahip olduğu güçlü doktrin ve kültür, Konya'yı günümüzde dünyanın en önemli inanç turizmi merkezlerinden biri haline getirmiştir (Konya Valiliği, 2014: 14). Aynı şekilde Nasrettin Hoca, Şems-i Tebrizi, Kadı Burhaneddin, Sadrettin Konevi gibi bilginler de Konya'da yaşamış ve çeşitli eserler bırakmışlardır (Tapur, 2009: 478). Hz. Mevlâna'nın yanı sıra Konya'daki diğer kültür ve inanç unsurlarının güçlü bir şekilde geçmişe dayalı olarak var olması, kentin turizm stratejisini olumlu yönde desteklemektedir. Bu nedenle

geleceğe yönelik olarak Konya'daki potansiyelin geliştirilmesi ve turizm endüstrisinin bu değerler üzerinde tasarlanması gerekmektedir. Bu alandaki rekabet üstünlüğü, kentin diğer turizm ürünlerine de olumlu etki edecektir (Konya Valiliği, 2014: 14).

Tablo 3.4. Konya'nın Önemli İnanç Çekicilikleri

İnanç Çekicilikleri	
Kiliseler	Sille Aya Eleni Kilisesi, Sille Mağara Kiliseleri, Sille Ak Manastır Kilisesi, Konya Merkez Aziz Pavlus Kilisesi
Camiler	Alaaddin Camii, İplikçi Camii, Şerafettin Camii, Sahip Ata Camii, Konevi Camii, Selimiye Camii, Aziziye Camii, Kapı Camii, Nakiboğlu Camii, Şemsi Tebrizî Camii, Hacı Fettah Camii, Piri Mehmet Paşa Camii, Tavusbaba Camii, Ereğli Ulu Camii, Beyşehir Eşrefoğlu Camii, Akşehir Ulu Camii, Karapınar II. Selim Camii, Hacıveyiszade Camii
Mescitler	Meram (Hasbey) Mescidi, Sırçalı Mescit, Ali Efendi Mualimhanesi, Hacı Ferruh Mescidi, Hoca Hasan Mescidi, Ferhuniye Mescidi, Beyhekim Mescidi, Keçeci Mescidi, Zevle Sultan Mescidi, Karatay Mescidi, Zenburi Mescidi, Beyşehir Demirli Mescit
Türbeler	Selçuklu Sultanlar Türbesi, Yeşil Türbe (Mevlana ve Ailesi), Nasrettin Hoca Türbesi, Hadim-i Hazretleri Türbesi, Şemsi Tebriz-i Türbesi, Sadreddin Konevi Türbesi, Tavusbaba Türbesi, Ateş Baz Veli Türbesi, Gömeç Hatun Türbesi, Tahir ile Zühre Türbesi, Emir Nurettin Türbesi, Tac-ül Vezir Türbesi, Ahmet Fakih Türbesi, UlaşBaba Türbesi

Kaynak: Tapur, 2009: 478

Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın talep üzerine, Mevlana'nın doğumunun 800'üncü yılı

sebebiyle 2007 yılının “Dünya Mevlana Yılı” olmasına karar vermiştir. Bu gelişme, ülkemizin dünyaya sunabileceği en önemli sembol isimlerinden biri olan Mevlana'nın dünyaya tanıtılması açısından çok önemli bir adım olmakla birlikte bu sürecin devam ettirilmesi gerekmektedir. Mevlana Müzesinin yanında Alaaddin Cami, Aziziye Cami, İnce Minareli Cami ve Medresesi, İplikçi Cami ve Medresesi, Sahip Ata Külliyesi, Lala Mustafa Pasa Külliyesi, Eşrefoğlu Cami, Nasreddin Hoca Türbesi, Konya'da inanç turizmi çerçevesinde ziyaret edilebilecek diğer yerlerdir (Maç, 2006:4, Tapur, 2009: 478).

Konya'da İslam dünyasının yanı sıra Hıristiyanlık açısından da değer taşıyan varlıklar da yer almaktadır. Hz. İsa'nın havarilerinden Pavlos'un Hıristiyanlığı yaymak için yaptığı yolculuklarda Konya ve Karaman illeri önemli bir güzergah olmuştur. O dönemde bu şeritte yer alan Lystra, Iconium ve Derbe, günümüzde de Hıristiyanlar tarafından kutsal kabul edilmekte ve büyük bir oranda hac merkezi olarak görülmektedir. Bunun yanında Aya Elena Kilisesi, Binbir Kilise yöresi ve Bölge genelindeki pek çok kilise, şapel ve bazilika gibi kalıntılar Konya'nın inanç turizmi açısından zenginliğini gözler önüne sermektedir (Vezir, 2011: 51-52).

3.3.3. Doğa Turizmi Çeşitleri

Konya'nın sahip olduğu doğal güzellikleri sayesinde doğa turizminin birçoğuna imkân tanımaktadır. “Dünyanın Nazar Boncuğu” olarak nitelendirilen Meke Gölü ve Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olma özelliğini taşıyan Beyşehir Gölü, doğa turizmi için oldukça elverişli bölgelerdir. Karapınar İlçesi'nde yer alan ve yaklaşık 5 milyon yıl önce volkanik bir patlama sonucu meydana geldiği sanılan Meke krater gölü, yaz ve kış aylarında bir nazar boncuğunu andıran görünümüyle hem doğa tutkunlarını, hem de fotoğraf meraklılarının ilgisini çekmektedir. Henüz tur firmalarının programlarına yeni girmeye başlayan ve çok sayıda kuşa ev sahipliği yapan Meke Gölü de diğer sulak alanlar gibi küresel ısınma yüzünden yok olma tehlikesi yaşamaktadır. Beyşehir Gölü de doğa ve av turizmi açısından Türkiye'nin önde gelen merkezleri arasında yer almaktadır. Günbatımı turlarının düzenlendiği Beyşehir Gölü, özellikle yaz aylarında çevresini saran ormanlık alan ve Anamas

Dağları ile görülmeye değer bir manzara oluşturmaktadır. 30'dan fazla adanın bulunduğu Beyşehir Gölü ve çevresinin yatırımlar ve etkin tanıtımla doğa turizminin gelecekteki önemli merkezlerinden biri olması beklenmektedir (Maç, 2006: 5).

Bunların yanı sıra Konya'da aktif olarak yapılan ve potansiyel arz eden doğa turizm çeşitleri şu şekilde sıralanabilir (Uluslan ve Batman, 2010: 245-251, Sezgin, 2002: 28; Konya Valiliği, 2014; <http://konya.ormansu.gov.tr>, Erişim: 26.02.2017):

- Kuş Gözlemciliği
- Doğa Yürüyüşü (Trekking)
- Yayla ve Festival Turizmi
- Av Turizmi
- Hava Sporları Turizmi
- Sportif Olta Balıkçılığı
- Akarsu Turizmi
- Atlı Doğa Yürüyüşü
- Bisiklet Turizmi
- Botanik Turizmi
- Yaban Hayatı (Fauna) Gözlemciliği
- Foto Safari
- Tarım ve Çiftlik (Agro) Turizmi
- Kamp Karavan Turizmi

Kuş Gözlemciliği: Konya'da kuş gözlemciliği açısından önemli alanlar bulunmaktadır. Beyşehir Kurucuova yakınlarındaki Leylekler Vadisi, kuş gözlem ve fotoğrafçılık çalışmalarının yapıldığı önemli bir yerdir. Akşehir ve Eber Gölü, Çavuşçu Gölü, Uyuz Gölü, Samsam Gölü, Kozanlı Gökgöl, Kulu Gölü, Ereğli

Sazlığı, Karapınar Ovası, Beyşehir Gölü, Suğla Gölü, Hotamış Sazlığı, Bolluk Gölü, Tersakan Gölü ve Tuz Gölü Kuş Alanları Konya İli sınırları içinde bulunmaktadır.

Doğa Yürüyüşü (trekking): Konya'nın Toros Dağlarında bulunan ilçeleri Hadim, Bozkır, Taşkent yaylaları doğa yürüyüşüne (trekking) son derece uygun yerlerdir. Beyşehir Gölü Milli Parkı ve Anamas Yaylaları'nda ise atlı doğa yürüyüşleri gerçekleştirilmektedir.

Yayla Turizmi: Konya yöresinde bulunan Cihanbeyli Yaylası, Obruk Yaylası, Taşeli Yaylası ve bunlar dışında Bolkar ve Geyik Dağları'nın Konya kapalı havzasına bakan bölümleri ile Sultan ve Göl Dağları üzerinde yer alan yaylalar bu turizm çeşidi için oldukça elverişli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır.

Av Turizmi: Konya yöresinde av turizmi açısından en zengin yöreler; Altınekin, Ereğli, Bolkar Dağları ve Hotamış Gölü kıyılarıdır. Bu bölgelerin yanı sıra Beyşehir, Seydişehir, Hadim, Taşkent, Ilgın gibi dağlık ve ormanlık bölgelerinde av turizmi (yabancı ağırlıklı) yapılmaktadır.

Hava Sporları Turizmi: Konya'da hava sporları yapmaya elverişli yerler bulunmaktadır ve Selçuk Üniversitesi Havacılık Kulübü, Anadolu Kartalı Gençlik ve Spor Kulübü Derneği, T.H.K. Akşehir Sportif Havacılık Spor Kulübü gibi bazı dernek ve kulüpler bu konuda faaliyet göstermektedirler. Akşehir ve Beyşehir'de yamaç paraşütü pisti bulunmakta olup Çumra, Karapınar ve bazı yerlerde yamaç paraşütü yapmaya elverişli alanlar mevcuttur.

Sportif Olta Balıkçılığı Turizmi: Akşehir yöresinde Akşehir ve Eber Gölü ile yöredeki dere ve çaylarda var olan alabalık ve sazan türü balıklardan turizm amaçlı olarak yararlanmak mümkündür. Ayrıca Beyşehir Gölü de olta balıkçılığı açısından elverişli bir konumda olup bu alternatif turizm türü için uygun avlanma sahalarına sahiptir.

Botanik Turizmi: Konya, Seydişehir ilçesinde bulunan Kocakoru Ormanı, floristik açıdan oldukça zengin bir yapıya sahip olup, odunsu tür zenginliği ise

özellikle üzerinde durulacak niteliktedir. Beyşehir Gölü Milli Parkı'nın orman formasyonunu ardıç, karaçam, köknar, sedir ve meşe türleri oluşturmaktadır. Ağaçlar yer yer göl kenarına kadar uzanmaktadır. Aynı zamanda Dedegöl Dağları, Hacı Akif Adası Milli Parkı ve Anamas Yaylaları da botanik turizmi için ender bulunan bitki türlerini barındırmaktadır.

3.3.4. Mağara Turizmi

Konya'nın mağara turizmi açısından önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Derebucak İlçesi'nde, Balatini Mağarası, 1830 metre uzunluğu ile dikkati çekmektedir. Düden ve kaynak konumunda iki girişi bulunan mağara, travertenleri, dev cadı kazanları ile görülmeye değer güzellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Yerköprü Şelalesi'nin aktığı Yerköprü Mağarası, Hadim'de ağzında şelalesi olan bir mağaradır. Tümüyle traverten içerisinde bulunan mağara, turistik ve doğal güzellikler açısından önemli bir değerdir (Uluslan ve Batman, 2010: 248; Sezgin, 2002: 285).

Çamlık Beldesi'nde bulunan Körükini Mağarası ise 1250 metre uzunluğu ve içinden geçen Uzunsu Deresi ile yerli ve yabancı turistlerin ilgisi çekmektedir. Bunlar dışında Suluin Mağarası, Sakaltutan Mağarası, Susuz Mağarası ile Seydişehir'de bulunan 1650 metre uzunluğunda içerisinde göl bulunan Tınaztepe Mağarası ve Beyşehir Gölü'nün güneyindeki Pınarbaşı Mağarası da Konya'nın görülmeye değer doğal güzelliklerini oluşturmaktadır (Maç, 2006: 6). Yukarıda belirtilen mağaralardan sadece Konya-Seydişehir-Antalya yol güzergâhında bulunan "Tınaztepe Mağaraları" yerli ve yabancılar tarafından ziyaret edilmekte ve etrafında bulunan sosyal tesislerden faydalanılmaktadır (Konya Valiliği, 2014: 19).

3.3.5. Kongre, Fuar ve Spor Turizmi

Konya'nın turizm açısından sahip olduğu bir diğer stratejik alan ise şehrin sahip olduğu "Kongre, Toplantı, Fuar ve Spor Turizmi" potansiyelidir. "Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Plânı"nın Konya

bölümünde bu potansiyele ve önemine dikkat çekilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 70).

Konya’da otel, belediye ve bazı kamu kuruluşlarının kongre ve konser salonları bulunmakta olup bu kapasite yeni yatırımlarla daha nitelikli hâle gelmektedir. Kongre salonu kapasitesi ile birlikte yeni yatırımlarla turizm belgeli yatak sayısı da her geçen gün artmaktadır. Yatak sayısının artması, ulaşımın kolay, konforlu ve daha hızlı olması, üniversite sayısının çoğalması, ticaret imkânları ve bağlantılarının gelişmesi neticesinde şehrin önemli bir kongre merkezi olacağı aşikârdır. Yapımı biten ve devam eden birçok büyük spor kompleksleri düşünüldüğünde spor turizmi de önemli bir turizm potansiyeli olarak görülmektedir (Konya Valiliği, 2014: 18). Ayrıca son yıllarda şehirde düzenlenen önemli spor müsabakaları da Konya’nın tanıtımı ve imajına olumlu katkılar sağlamaktadır.

Konya’nın Kongre, Toplantı, Fuar ve Spor Turizmi Alanındaki Varlıkları

1. Büyükşehir Belediyesi Yeni Stadyumu
2. Büyükşehir Belediyesi Spor ve Kongre Merkezi
3. Selçuklu Belediyesi Kongre Merkezi
4. Konya Ticaret Odası “Kongre ve Sergi Merkezi”
5. Mevlâna Kültür Merkezi
6. Konevî Kültür Merkezi
7. Üniversitelerimizin Kongre Salonları
8. Diğer otel, kurum ve kuruluşların kongre salonları.

3.3.6. Sağlık Turizmi

Konya turizmi açısından bir diğer önemli faktör ise, sahip olduğu sağlık turizmi potansiyelidir. Donanımlı hastanelerin bulunması, iklim koşullarının elverişli olması, şehrin kara, hava ve demiryolu ile ulaşılabilirliğinin artması ve şehirdeki manevî ortamının hastalar açısından psikolojik etkisi, Konya’nın sağlık turizmine

açık bir şehir olduğunun göstergesidir. Ayrıca başta Konya olmak üzere ve çevre şehirlere hizmet edecek birçok yeni sağlık merkezi ve hastanelerin de yapım çalışmaları hızla devam etmektedir (<http://www.konyakultur.gov.tr>, Erişim: 26.02.2007). Konya'nın sağlık turizmi konusunda üç aşamalı eylem planına ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi Konya'da yaşayan vatandaşların sağlık ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla başka şehirlerdeki hastanelere gitmelerini önlemek amacıyla, sağlık alanındaki projelerin hızla tamamlanması hususudur. İkincisi ise yapımı tamamlanan projeler sayesinde Konya'nın çevre illerinde tercih ettiği bir sağlık üssü haline dönüştürülmesidir. Üçüncü ve son olarak ise, yurtdışında yürütülecek olan etkin bir tanıtım ve pazarlama çabaları sonucunda yabancı turistlerinde tercih edeceği bir sağlık şehri haline dönüştürmektir (Belekoğlu, 2008: 52; Ulusan ve Batman, 2010: 246).

Konya'nın Ilgın ilçesi sahip olduğu kaplıca ve hamamlarıyla her yıl yerli ve yabancı turistlerin akınına uğramaktadır. Ilgın kentinin doğusunda ve belediye sınırları içinde yer alan Ilgın kaplıcaları bünyesinde barındırdığı zengin mineral ve vitaminlerle birçok hastalığı geçirmektedir (Maç, 2006: 6). Bunun yanında Köşk Kaplıcası, Sevindik Kaplıcası, İsmil Kaplıcası, Karaağaç İçmesi, Karasu Şifalı Suyu, İvriz Menba Suyu Konya'nın şifa dağıtan ve turizm potansiyeli olan birçok sağlık kaynaklarından bazılarıdır.

3.3. Turizm İstatistikleri Açısından Konya

Konya, sahip olduğu 40838 kilometrekare toprak ile Türkiye'nin yüz ölçümü bakımından en büyük ilidir. 31 ilçeden oluşan Konya, 2016 verilerine göre 2.161.303 kişilik nüfusuyla Türkiye'nin en kalabalık 7. Şehridir (TÜİK, 2017). 1830'da kurulan Konya Belediyesi 1987'de çıkarılan 3399 sayılı yasa gereğince "Büyükşehir" statüsüne kavuşmuş olup 1989'dan beri belediye hizmetleri bu statüye göre yürütülmektedir. 2014'te 6360 sayılı kanun ile büyükşehir belediyesinin sınırları il mülki sınırları olmuştur (<http://konya.com.tr>, Erişim: 21.02.2017).

Tablo 3.5. Türkiye İl Nüfus Sıralaması

Sırası	İlin Adı	Nüfusu	Sırası	İlin Adı	Nüfusu
1.	İstanbul	14 804 116	6.	Adana	2 201 670
2.	Ankara	5 346 518	7.	Konya	2 161 303
3.	İzmir	4 223 545	8.	Gaziantep	1 974 244
4.	Bursa	2 901 396	9.	Şanlıurfa	1 940 627
5.	Antalya	2 328 555	10.	Kocaeli	1 830 772

Kaynak: TÜİK, 2017 (31 Ocak)

Tarihlerin bulunduğu kent olarak tanımlanan, uzun yıllar Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapmış ve "Mevlana Şehri" olarak bilinen Konya, turizm bakımından potansiyelini yeterli ölçüde değerlendirememektedir. Özellikle Mevlana Müzesi'ne gelen turist sayısı dikkati çeken Konya'nın ziyaretçi rakamları başta Mevlana Müzesi olmak üzere, şehrin diğer müzelerini ziyaret eden turistlerden yola çıkarak hesaplanmaktadır. 2009 yılında Konya'yı ziyaret eden turist sayısı 1.626.341 iken bu rakam 2015 yılı sonu itibari ile 2.711.192 kişiye ulaşmıştır. Son yıllarda Türkiye'de yaşanan terör olaylarının ve uluslararası politik krizlerin turizm rakamlarına olumsuz yansımaları ülke genelinde hissedilmekle birlikte, 2016 yılında Konya'yı ziyaret eden turist rakamlarında da göze çarpmaktadır. 2016 yılında ziyaretçi sayısı bir önceki yıla nazaran yaklaşık olarak % 17'lik bir azalma ile birlikte 2.254.689 olarak gerçekleşmiştir. Konya'yı ziyaret eden turistleri yerli-yabancı olarak incelediğimizde, büyük bir çoğunluğun yerli turistlerden oluştuğu, yabancı turistlerin ise daha az sayıda olduğu göze çarpmaktadır. 2012 yılında müzekart uygulamasına geçildiğinden, şehri ziyaret eden yerli-yabancı turist ayrımı tam olarak yapılamamaktadır. Konya'nın turizm gelirlerine bakıldığında ise 2009 yılından itibaren istikrarlı olarak artış gözlenmektedir. 2009 yılında 1.862.708.000 TL olan turizm geliri 2014 yılı sonu itibari ile 5.224.175.000 TL'ye ulaşmıştır. İl Kültür ve

Turizm Müdürlüğü yetkilileri ile yapılan görüşme sonucunda, 2014 yılından sonra müzekart uygulamasına bağlı olarak müze ziyaretlerinde gelirlerin müzekart başvurusunun yapıldığı şehirlere kaydedildiği bilgisine ulaşılmıştır. Bu nedenle Konya'nın 2015 ve 2016 yılı turizm gelirlerinde büyük bir düşüş göze çarpmakla birlikte, bu durum gerçeği yansıtmamaktadır.

Tablo 3.6. Konya'ya Gelen Turist Sayıları ve Turizm Gelirleri

YILLAR	YERLİ	YABANCI	TOPLAM	GELİR (Bin TL)
2009	1.181.719	346.839	1.626.341	1.862.708
2010	1.100.206	291.157	1.803.375	2.099.827
2011	1.373.973	279.374	1.926.015	3.438.099
2012	---	---	1.811.335	3.509.413
2013	---	---	2.313.293	3.917.341
2014	---	---	2.298.027	5.224.175
2015	---	---	2.711.192	297.210
2016	---	---	2.254.689	211.315

Kaynak: Konya Müze Müdürlüğü ve Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017

Konya'da Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından istatistikleri tutulan 7'si merkez ilçe 3'ü taşra ilçelerde olmak üzere toplamda 10 adet müze bulunmaktadır (<http://dosim.kulturturizm.gov.tr>, Erişim: 22.02.2017). Bu müzelerde gerek arkeolojik kazılardan elde edilen eserler, gerekse diğer kültür ve medeniyetlere ait etnoğrafik ve mimari eserler sergilenmektedir (Tapur, 2009: 483). Konya'da yer alan müzeleri ziyaret eden turist sayılarına bakıldığında Mevlana Müzesi'nin her yıl önemli sayıda turist ziyaret ettiği görülmektedir. UNESCO tarafından 2007 yılının Mevlana Yılı ilan edilmesinden sonra yıl içinde Mevlana Müzesi'ni ziyaret edenlerin sayısında artış yaşanmıştır. 2011 yılında 1.733.315 kişi tarafından ziyaret edilen

Mevlana Müzesi'ni 2015 yılında 2.581.005 turist ziyaret etmiştir. Türkiye'de turizm sektörünün sıkıntı yaşadığı 2016 yılında ise bu rakam 2.098.936 kişi olarak gerçekleşmiştir. Konya'daki diğer müzelerin Mevlana Müzesi'ne nazaran oldukça az sayıda ziyaretçi çekebildiği görülmektedir. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere Konya'daki Mevlana Müzesi dışındaki diğer müzelerin ziyaretçi sayısının az olması nedeniyle genel ziyaretçi ortalaması oldukça düşüktür. Kentteki müzeler gezi alanları dışında kaldığı için yeterli ziyaretçi alamamaktadır (Konya Ticaret Odası, 2008: 39).

Tablo 3.7. Konya Müzeleri'ni Ziyaret Eden Turist Sayıları (2011-2016)

Müze Adı	İLÇE	2011	2012	2013	2014	2015	2016
MEVLANA	KARATAY	1.733.315	1.565.873	2.047.666	2.109.487	2.581.005	2.098.936
KARATAY	KARATAY	62.934	109.315	112.869	69.879	11.960	39.575
İ.MİNARE	MERAM	42.523	72.449	84.989	46.022	42.850	38.563
ATATÜRK	MERAM	2.211	9.783	10.360	11.708	11.297	16.709
ARKEOLOJİ	MERAM	14.375	7.157	10.144	8.419	9.296	8.773
ETNOGRAFYA	MERAM	5.673	3.943	4.770	6.540	6.410	6.352
ÇATALHÖYÜK	ÇUMRA	7.060	3.220	14.690	20.542	20.058	14.597
AKŞEHİR B.CEPHESİ	AKŞEHİR	16.401	20.487	14.589	9.106	9.714	8.876
AKŞEHİR N.HOCA	AKŞEHİR	12.389	15.222	11.178	9.785	11.551	15.602
EREĞLİ	EREĞLİ	29.134	3.886	2.038	6.539	7.051	6.706
	TOPLAM	1.926.015	1.811.335	2.313.293	2.298.027	2.711.192	2.254.689

Kaynak: Konya Müze Müdürlüğü, 2017

Rakamlara bakıldığında Konya bir turizm merkezi değildir; fakat iki önemli turizm merkezi olarak kabul edilen Antalya ve Kapadokya arasında önemli bir geçiş noktasıdır. Bu çerçevede Konya turizmi için en büyük problem kuşkusuz Konya’da turistlerin uzun süreli konaklamamalarıdır. Turistler Konya’ya çoğunlukla inanç turizmi kapsamında gününbirlik gelmekte ve Konya’da konaklamadan diğer bölgelere geçmektedir. 2010 yılına kadar bu durumun en önemli sebeplerinden bir tanesi olarak Konya’daki 4 ve 5 yıldızlı otel sayısının az olması ve buna bağlı olarak yeterli yatak kapasitesine sahip olmaması gösterilmekteydi (Konya Ticaret Odası, 2008: 44). Özellikle 2010 yılından sonra Konya’daki 4-5 yıldızlı otel sayısındaki hızla artışla beraber bu sıkıntının aşıldığı söylenebilir. Konya’da 2016 yılı sonu itibari ile 5 adet 5 yıldızlı, 10 adet 4 yıldızlı, 16 adet 3 yıldızlı, 3 adet 2 yıldızlı ve 3 adet özel belgeli olmak üzere toplamda 37 adet turizm işletme belgeli otel hizmet vermekte olup, bu otellerin 3080 oda ve 6161 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Ayrıca Konya’da yapımı devam eden yatırım belgeli oteller olup, bunların 6 tanesi 5 yıldızlı, 2 tanesi 4 yıldızlı, 3 tanesi 3 yıldızlıdır. Yatırım belgeli oteller hizmete açıldığında Konya’nın yatak kapasitesi 10.826’ya ulaşacak ve şehirde toplam 11 adet 5 yıldızlı otel hizmette olacaktır.

Tablo 3.8. Konya Faaliyet Gösteren Turizm İşletme Belgeli Oteller (2017)

S.No	Otel Adı	İlçe	Sınıfı	Oda	Yatak
1	Dedeman Konya	Selçuklu	5 Yıldız	207	422
2	Rixos Konya Otel	Selçuklu	5 Yıldız	279	574
3	Anemon Otel	Selçuklu	5 Yıldız	186	372
4	Novotel	Selçuklu	5 Yıldız	178	356
5	Ramada Otel	Selçuklu	5 Yıldız	257	516
6	Bera Otel(Merkez)	Selçuklu	4 Yıldız	137	276
7	Özkaymak Otel	Selçuklu	4 Yıldız	108	216
8	Balıkçılar Otel	Karatay	4 Yıldız	51	105
9	Dündar Otel	Selçuklu	4 Yıldız	106	210

10	Selçuk Otel	Karatay	4 Yıldız	80	162
11	Hilton Inn Garden	Karatay	4 Yıldız	228	456
12	Cherry Garden City & Spa Hotel	Ereğli	4 Yıldız	91	182
13	Selçuk Otel Şems-İ Tebrizi	Karatay	4 Yıldız	88	176
14	Mirel Hotel	Ereğli	4 Yıldız	65	130
15	Gherdan Otel	Selçuklu	4 Yıldız	90	180
16	İbis Otel	Selçuklu	3 Yıldız	130	260
17	Baykara Otel	Karatay	3 Yıldız	64	121
18	Meram Sema	Meram	3 Yıldız	60	128
19	Rumi Otel	Karatay	3 Yıldız	33	66
20	Grand Hotel	Akşehir	3 Yıldız	39	79
21	N. Hoca Önder Otel	Akşehir	3 Yıldız	32	64
22	Sey-Han Otel	Seydişehir	3 Yıldız	22	44
23	Ali Bilir Otel	Beyşehir	3 Yıldız	42	80
24	Paşa Park Otel	Karatay	3 Yıldız	55	110
25	Mevlana Sema	Karatay	3 Yıldız	40	74
26	Gherdan Otel	Selçuklu	3 Yıldız	74	148
27	Özpark Hotel	Akşehir	3 Yıldız	78	156
28	Adnanbey Otel	Karatay	3 Yıldız	33	60
29	Garra Hotel	Karatay	3 Yıldız	29	58
30	Hotel Ney	Karatay	3 Yıldız	31	40
31	Ünal Palas Otel	Seydişehir	3 Yıldız	42	84
32	Ketişoğlu Otel	Ilgın	2 Yıldız	12	24
33	Cesuroğlu Otel	Ilgın	2 Yıldız	15	30
34	Beyşehir Atapark	Beyşehir	2 Yıldız	13	26
35	Mevlana Bera	Karatay	Özel Belgeli	55	118
36	Özkoçlar Otel	Ereğli	Özel Belgeli	22	44
37	Siella Sillehan Otel	Selçuklu	Özel Belgeli	8	14
Toplam				3080	6161

Kaynak: <http://www.konyakultur.gov.tr>, Erişim: 22.02.2017

Ayrıca mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerine bakıldığında Konya merkez ve ilçelerinde 89 adet otel, 16 adet pansiyon, 2 hotel, 1 motel ve 1 adet termal tesis olmak üzere toplamda 109 tesis hizmet vermekte olup bunların 2473 oda ve 5267 yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Tablo 3.9. Konya'nın Mahalli İdarelerce Belgelendirilmiş Konaklama Tesisleri

Sıra	Tesis Adı	İlçe	Türü	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	Sarı Konak	Akören	Pansiyon	24	65
2	Mavi Konak	Akören	Pansiyon	23	50
3	Köşem Pansiyon	Akören	Pansiyon	32	70
4	Ahmet Bey	Akşehir	Otel	25	50
5	Sultan	Akşehir	Pansiyon	12	38
6	Çelikoğlu	Akşehir	Pansiyon	22	29
7	Yağmur	Akşehir	Pansiyon	8	29
8	Buket	Akşehir	Pansiyon	29	100
9	Ebrar	Akşehir	Pansiyon	44	170
10	Osmanlı	Akşehir	Pansiyon	12	60
11	Mehmet Yarar	Akşehir	Pansiyon	23	42
12	Yaşar	Akşehir	Otel	28	58
13	Kantarıcı	Akşehir	Otel	20	27
14	Hasan Muallim	Akşehir	Pansiyon	5	10
15	Anamas Konuk Evi	Beyşehir	Otel	30	60
16	Anadolu Penta	Beyşehir	Otel	12	20
17	Candan	Beyşehir	Otel	17	42

18	Haceliler	Beyşehir	Otel	16	60
19	Park	Beyşehir	Otel	23	48
20	Kızılay	Beyşehir	Otel	15	40
21	Gürsoy	Beyşehir	Otel	15	38
22	Turkuaz	Bozkır	Otel	15	35
23	Bozkır	Bozkır	Otel	17	33
24	Saray	Bozkır	Otel	24	60
25	İnci	Cihanbeyli	Otel	15	42
26	Mevlana Otel	Cihanbeyli	Otel	10	40
27	Özbay	Çeltik	Otel	8	15
28	Okaş	Çeltik	Otel	8	20
29	Belediye	Çumra	Otel	10	32
30	Çatalhöyük	Çumra	Otel	19	63
31	Fuat Bey	Ereğli	Otel	27	42
32	Sürmeli Otel	Ereğli	Otel	26	40
33	Özler	Ereğli	Otel	15	45
34	Yeşilyurt	Ereğli	Otel	24	34
35	Köşk	Ereğli	Otel	35	53
36	Anıs	Ereğli	Pansiyon	26	51
37	Tuvana	Ereğli	Otel	18	36
38	Ümit	Ereğli	Otel	10	25
39	Karagöz	Ereğli	Pansiyon	7	12
40	İlgın Belediyesi İşletme ve İştirakler Müdürlüğü	İlgın	Termal Otel	84	276
41	Ebru	Kadınhanı	Pansiyon	10	50

42	Koçaklar	Karapınar	Otel	27	65
43	Cihanbir Sezer	Karapınar	Otel	14	26
44	Dündar Mehmet Taşçı	Karapınar	Otel	21	50
45	Sağdırlar	Karapınar	Otel	10	18
46	Başak	Karatay	Otel	37	45
47	Ottoman	Karatay	Otel	16	36
48	Şems Anı	Karatay	Otel	27	56
49	İpek Palas	Karatay	Otel	28	57
50	Saray	Karatay	Otel	39	90
51	Şimşek	Karatay	Otel	11	24
52	Çeşme	Karatay	Otel	36	75
53	Yeni Fırat	Karatay	Otel	10	24
54	Köşk	Karatay	Otel	18	40
55	Bakış	Karatay	Otel	21	24
56	Şeref	Karatay	Otel	20	45
57	Bella	Karatay	Otel	41	83
58	Yeni Köşk Esra	Karatay	Otel	50	115
59	Almina	Karatay	Otel	22	51
60	Derviş	Karatay	Otel	7	20
61	Mesnevi	Karatay	Otel	52	99
62	Deluxe	Karatay	Otel	25	46
63	Konak	Karatay	Otel	8	18
64	Tur	Karatay	Otel	9	20
65	Derya	Karatay	Otel	46	46
66	Konya	Karatay	Otel	43	86

67	Bey	Karatay	Otel	30	55
68	Royal	Karatay	Otel	20	38
69	Çınar	Karatay	Otel	12	26
70	Gümüş Antik	Karatay	Otel	42	76
71	Asya	Karatay	Otel	12	22
72	Mevlana	Karatay	Otel	25	50
73	Mevlevi	Karatay	Otel	19	30
74	Yasin	Karatay	Otel	18	35
75	Aziziye	Karatay	Otel	30	50
76	Hich	Karatay	Otel	13	20
77	Es	Karatay	Otel	39	65
78	Beyzade	Karatay	Otel	30	60
79	Nun Otel	Karatay	Otel	33	40
80	Tşof	Kulu	Motel	43	86
81	Atay	Kulu	Hotel	18	40
82	Furkan	Kulu	Otel	16	30
83	Yücel	Kulu	Otel	18	46
84	Büyük	Meram	Otel	40	60
85	Ankara	Meram	Otel	16	30
86	Eser Pal.	Meram	Otel	13	27
87	Ulusan	Meram	Otel	11	20
88	Arı	Meram	Otel	14	32
89	Ege	Meram	Otel	15	30
90	Petek	Meram	Otel	20	55
91	Fırat	Meram	Otel	42	63

92	Fırat	Meram	Otel	9	18
93	Akdeniz	Meram	Otel	9	20
94	Fırat	Meram	Otel	20	45
95	Nil	Meram	Otel	16	30
96	Hacıbey	Meram	Otel	17	28
97	Meram Park	Meram	Otel	32	60
98	Agustus	Meram	Hotel	11	20
99	Sarıçam	Meram	Pansiyon	9	20
100	Demosan	Selçuklu	Otel	103	220
101	Konak	Selçuklu	Pansiyon	4	7
102	Sülük Market Tur.Nak.Hiz.Ltd.	Sarayönü	Otel	24	48
103	Sülük Market Tur.Nak.Hiz.Ltd.	Sarayönü	Otel	10	15
104	Küçük Konak	Seydişehir	Otel	24	43
105	Mesa	Seydişehir	Otel	23	46
106	Türker	Seydişehir	Otel	23	50
107	Pirlerkondu	Taşkent	Otel	27	54
108	Yılınak	Yunak	Otel	20	40
109	Grand Birlik	Yunak	Otel	22	48
	Genel Toplam			2473	5267

Kaynak: Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017

Ayrıca Konya genelinde 2011 ve 2016 yılları arasında konaklama işletmelerinde kalan yerli ve yabancı turist sayıları ve konaklama gün sayıları aşağıdaki tabloda belirtildiği gibidir. Buna göre Konya'da konaklama yapan turistlerin büyük bir çoğunluğunu yerli turistler olduğu ve aynı zamanda konaklama

gün sayısında ise yerli turistlerin daha fazla sayıda Konya’da geceledikleri görülmektedir. 2011 yılında Konya’daki konaklama işletmelerine toplamda 413.979 giriş yapan turistlerin aynı zamanda toplamda 494.873 geceleme yaptıkları görülmektedir. 2015 yılında ise bu rakamların 487.670 giriş ve 641.230 geceleme şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. 2016 yılında ise Türkiye genelindeki turizm piyasasındaki daralmaya bağlı olarak Konya’daki konaklama işletmelerinde de giriş ve geceleme sayılarında bir miktar azalma göze çarpmaktadır. Ortalama geceleme rakamlarına bakıldığında ise yıllar itibari ile kayda değer bir artış ya da azalış göze çarpmamaktadır.

Tablo 3.10. Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Sayıları

YILLAR	GİRİŞ	GECELEME	ORTALAMA GECELEME
2011 YILI TOPLAM	413979	494873	1.2
<i>Yerli</i>	<i>263318</i>	<i>324481</i>	<i>1.2</i>
<i>Yabancı</i>	<i>150661</i>	<i>170392</i>	<i>1.1</i>
2012 YILI TOPLAM	399793	526411	1.3
<i>Yerli</i>	<i>267891</i>	<i>338423</i>	<i>1.2</i>
<i>Yabancı</i>	<i>131902</i>	<i>187988</i>	<i>1.4</i>
2013 YILI TOPLAM	440843	555209	1.2
<i>Yerli</i>	<i>298652</i>	<i>376566</i>	<i>1.2</i>
<i>Yabancı</i>	<i>142191</i>	<i>178643</i>	<i>1.2</i>
2014 YILI TOPLAM	490219	646011	1.3
<i>Yerli</i>	<i>340199</i>	<i>461754</i>	<i>1.3</i>
<i>Yabancı</i>	<i>150020</i>	<i>184257</i>	<i>1.2</i>
2015 YILI TOPLAM	487670	641230	1.3
<i>Yerli</i>	<i>368764</i>	<i>476900</i>	<i>1.3</i>

<i>Yabancı</i>	<i>118906</i>	<i>164330</i>	<i>1.4</i>
2016 YILI TOPLAM	442162	624281	1.4
<i>Yerli</i>	<i>396434</i>	<i>536612</i>	<i>1.3</i>
<i>Yabancı</i>	<i>45728</i>	<i>87669</i>	<i>1.2</i>

Kaynak: Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017

Konya’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli seyahat acentaları rakamlarına bakıldığında 2017 yılı itibari ile 93 adet A grubu, 27 adet A grubu şube ve 3 adet B grubu olmak üzere toplamda 123 adet seyahat acentasının faaliyette olduğu görülmektedir. Konya’da C grubu statüsünde seyahat acentasının olmadığı göze çarpmaktadır (Tablo 3.11.).

Tablo 3.11. Konya’daki Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları Listesi

Sıra No	Acenta Adı	Grup	Belge No	Sıra No	Acenta Adı	Grup	Belge No
1	Acme Turizm	A	3188	63	Kader Turizm	A	2551
2	Abdullah Lafcı Turizm	A	9774	64	Kaynaroğlu Turizm	A	9337
3	Konya Adak Turizm	A	6656	65	Haddam Tur Şube	A	3944
4	Akdora Turizm	A	4561	66	Kayme Turizm	A	9716
5	Akdora Turizm Şube	A	4561	67	Kıta	A	3036
6	Ali Gebik Turizm	A	5992	68	Kkma Turizm	A	8799
7	Ali Gebik Turizm Şube	A	5992	69	Koala Turizm	A	5976
8	Almula Turizm	A	4483	70	Yenikarahanlılar	A	6952
9	Almula Turizm Şube	A	4483	71	Konya Mini Tur	A	4989
10	Ali Kemal Yalçın	A	6309	72	Konseytur	A	7828
11	Al-Faran Turizm Şube	A	4136	73	Lupo Tour Turizm	A	8801
12	Anar Turizm	A	3679	74	Manila Turizm	A	8655

13	Al-Waha Şube	A	1745	75	Mehmet Çetiner Turizm	A	8710
14	Altınekin Turanlar	A	8905	76	Melas Turizm	A	1640
15	Anna Turizm	A	7255	77	Mks Eren Turizm	A	5257
16	Ayvaz	A	8468	78	Nalmes Turizm	A	7817
17	42 Aşına	A	8891	79	Nağme Turizm	A	8823
18	Bedirhan Turizm	A	4055	80	Nasip Turizm	A	9094
19	Boyut Turizm	A	3505	81	Mona Turizm	A	2343
20	Bozkırlılar Turizm	A	8091	82	Nuri Doğan Turizm	A	1960
21	Btt Turizm Şube	A	5572	83	Nuri Doğan Turizm Şube	A	1960
22	Büyükkörük Turizm	A	4125	84	Orhan Gazi Yıldız Turizm	B	1759
23	Byetour	A	9007	85	Ortaabacılar Turizm	A	3135
24	Byd Rumi Turizm	A	9193	86	Orfoz Turizm	A	9370
25	Cengiz Turizm	A	1283	87	Otelbahçesi Tur	A	6958
26	Konya Çağtur	A	9975	88	Özkaymak Turizm	A	1983
27	Çeçenoğlu Turizm	A	7319	89	Özkaymak Turizm Şube	A	1983
28	Çeçenoğlu Turizm Şube	A	7319	90	Özselçuklular Turizm	A	3339
29	Diltaş Turizm	A	4064	91	Öz Serbey Turizm	A	6954
30	Dolphin Blue Travel	A	4248	92	Papyon Turizm	A	8615
31	Ebed Turizm	A	9324	93	Rıza Turizm	A	2442
32	Erbe Turizm Şube	A	1690	94	Rıza Turizm Şube	A	2442
33	Evvab Tur Şube	A	5444	95	Rüya Turizm	A	2439
34	Farma Turizm	A	4049	96	Sabriturhan	A	9693
35	Farma Turizm Şube	A	4049	97	Saithan Turizm	A	9987

36	Feyruz Turizm	A	9931	98	Sare Turizm	B	4497
37	Düzey Turizm	A	7089	99	Sehavet Turizm	A	4148
38	Elçi Tur Şube	A	3191	100	Selamet Turizm	A	8864
39	Firuzen Turizm	A	5307	101	Selene	A	3054
40	Fay Turizm	A	7013	102	Selva	A	4870
41	Fay Turizm Şube	A	7013	103	Sille Turizm	A	8260
42	Gezen Tilki	A	9109	104	Serafina	A	6809
43	Gönye Turizm	A	3932	105	Su Turizm	A	5512
44	Güvenç Turizm	A	2455	106	Su Turizm	A	5512
45	Güvenç Turizm Şube	A	2455	107	Sufi Turizm	A	5864
46	Güvenç Turizm Şube	A	2455	108	Şeneller Turizm Şube	A	3447
47	Habib Görün Turizm	A	4476	109	Şükran Turizm	A	3185
48	Hakiki Keleş Turizm	A	2816	110	Teslimiyet Turizm	A	4082
49	Hakiki Keleş Şube	A	2816	111	Turisina Turizm	A	6157
50	Halley Turizm Şube	A	8405	112	Turkon Turizm	B	2546
51	Hasan Eren	A	6859	113	Terapi	A	6684
52	Hasan Basri	A	10026	114	Tevhid Tur	A	6500
53	Hasret Turizm	A	9392	115	Turville	A	6432
54	Haşmet Turizm	A	2051	116	Turan Turizm	A	8190
55	Hatip Hoca Turizm	A	1796	117	Uğur Kar Turizm	A	8298
56	Hennes	A	3740	118	Yalçınhan	A	7767
57	Hikmet Çiçek Turizm	A	4349	119	Ylc Turizm	A	9759
58	Hilal Turizm Şube	A	1244	120	Veysel Davran Şube	A	6967

59	İstanbul Hisar Turizm Şube	A	3681	121	Viber Turizm	A	8189
60	Hürmet Turizm	A	8046	122	Zinnure Turizm	A	8526
61	İlerigiden Turizm	A	9416	123	A-Z Club Travel	A	7438
62	İpekçi Turizm Şube	A	6116				
	A Grubu	93					
	A Grubu Şube	27					
	B Grubu	3					
	Genel Toplam	123					

Kaynak: Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017

Konya’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli restaurant rakamlarına bakıldığında 2017 yılı itibari ile 8 adet 1. Sınıf, 2 adet 2. Sınıf, 5 adet özel belgeli ve 2 mola noktası olmak üzere toplam 17 adet restaurant 5270 kişilik kapasite ile hizmet vermektedir (Tablo 3.12). Bunun yanında 10 adet turizm yatırım belgeli restaurant bulunmakla birlikte, bunların kapasitesi 2460 kişidir.

Tablo 3.12. Konya’daki Turizm İşletme Belgeli Restaurant Listesi

No	Restaurant Adı	Sınıfı	İlçesi	Kapasite
1	Çelmeli Tınaz Tepe Mağ	Özel	Seydişehir	230
2	Gümüşkapı Özel Sauna	Özel	Selçuklu	---
3	Riba Lokanta	2. Sınıf	Meram	50
4	Günaydın	1.Sınıf	Seydişehir	620
5	Fuar Kardeşler Restaurant	1.Sınıf	Selçuklu	150
6	Tekbey Restaurant	1.Sınıf	Selçuklu	300
7	Derman Restaurant	1.Sınıf	Karatay	150

8	Radar Restaurant	1.Sınıf	Seydişehir	135
9	Maşagah	1.Sınıf	Meram	170
10	Resso	1.Sınıf	Ereğli	480
11	Opera XI	Özel	Meram	335
12	Demireller	1.Sınıf	Ereğli	1050
13	Zirve Tınaztepe Dinlenme Tes.	Mola Noktası	Seydişehir	700
14	Tınaztepe Dinlenme Tesisleri	Mola Noktası	Seydişehir	305
15	Baran Lokantası	2.Sınıf	Kulu	265
16	Paşa Konağı	Özel	Karatay	170
17	Gar Restaurant	Özel	Meram	160
TOPLAM				5270

Kaynak: Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017

Ulaşım imkânları açısından Konya'nın diğer şehirlerle bağlantısı karayolu, havayolu ve demir yolu ile sağlanmaktadır. Karayoluyla, Ankara'ya 3, Antalya'ya 4, Eskişehir'e 5, İstanbul'a 9, Adana'ya 5 saat uzaklıkta olan Konya'ya birçok seyahat firması ile günün her saatinde ulaşım mümkündür. Havayolu ulaşımı, 3. Ana Jet Üs Komutanlığı'na ait askeri havaalanına ilave edilen sivil tesislerle sağlanmaktadır. Bu tesis 29.10.2000 tarihinde hizmete girmiş, 17 Nisan 2001 Tarihli 2001/2332 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile dış hatlar yolcu trafiğine açılmış olup, havaalanının yıllık uçak kapasitesi 17.520'dir. Konya Havalimanı'nın son yıllardaki uçak ve yolcu rakamlarına bakıldığında her ne kadar farklı oranlarda da olsa, gerek toplam uçak sayısında gerekse toplam yolcu sayısında her yıl düzenli olarak artışlar yaşandığı gözlenmektedir (Tablo 3.13).

Tablo 3.13. Konya Havalimanı Yıllık Uçak ve Yolcu Sayıları (2010-2016)

YIL	UÇAK				YOLCU			
	İç Hat	Dış Hat	Toplam	Önceki Yıla Göre Değişim	İç Hat	Dış Hat	Toplam	Önceki Yıla Göre Değişim
2010	5.753	640	6.393	% 58	499.000	46.497	545.497	% 81
2011	5.693	827	6.520	%2	530.509	70.362	600.871	% 10.2
2012	6.480	663	7.143	% 10	590.615	68.594	659.209	% 10
2013	7.050	721	7.771	% 9	767.123	68.828	835.951	% 27
2014	8.928	849	9.777	% 26	906.530	82.868	989.398	% 18
2015	7.921	806	8.727	% -11	977.369	92.274	1.069.643	% 8
2016	8.122	737	8.859	% 2	996.657	92.703	1.089.360	% 2

Kaynak: www.dhmi.gov.tr, Erişim: 24.02.2017

Demiryolu ile ülkenin birçok noktasına bağlantısı olan Konya’da, 23 Ağustos 2011 yılında Ankara-Konya hızlı tren hattının tamamlanmasıyla, Konya-Ankara Konya-Eskişehir ile Konya-İstanbul arası tren garlarından ulaşım sağlanabilmektedir. Hızlı tren günümüzde Konya ile Ankara arasını 1 saat 45 dakikaya indirmiştir. Bu süre yeni trenlerin alımıyla bu sürenin 1 saat 30 dakikaya indirilmesi planlanmaktadır. Günlük iki yönlü 16 sefer ile kesintisiz hizmet verilmektedir. Ayrıca 17 Aralık 2014 tarihinde Konya-İstanbul arası karşılıklı olarak hızlı tren seferlerinin başlamasıyla birlikte 4 saat 15 dakikada iki şehir arasında ulaşım sağlanabilmektedir. İstanbul'dan başlayan tarihî Hicaz Demiryolu hattı, Konya şehir merkezinden geçmektedir. Günümüzde demiryolu ulaşımı bu hattan sağlanmaktadır.

Tablo 3.14. Konya Tren Garı Yıllık Yolcu Sayıları (2010-2016)

Yıllar	Ankara YHT	Eskişehir YHT	İstanbul YHT	Diğer Trenler	Toplam	Önceki Yıla Göre Değişim
2011	408.328	---	---	188.774	597.102	---
2012	1.385.877	---	---	298.984	1.684.861	% 282
2013	1.744.605	198.325	---	521.701	2.464.631	% 46
2014	1.890.320	248.072	30.776	553883	2.723.051	% 10
2015	1.798.549	---	659.113	225112	2.682.774	% -1,5

Kaynak: www.tedd.gov.tr, Erişim: 25.02.2017

Son yıllarda Konya Tren Garı yolcu rakamları incelendiğinde özellikle 2010 yılından sonraki dönemde Yüksek Hızlı Tren seferlerinin başlamasıyla birlikte rakamlarda ciddi yükselmeler yaşanmıştır. 2013 ve 2015 yılları arasında bazı hatlarda yapılan ray çalışmaları nedeniyle seferlerin geçici olarak yapılamamasına rağmen rakamlarda kayda değer bir artış ya da azalış görülmemektedir (Tablo 3.14.)

BÖLÜM 4: METODOLOJİ

4.1. Araştırmanın Sorusu ve Amacı

Konya'nın sahip olduğu zengin kültürel miras ve turizm potansiyeli, bir takım avantajları beraberinde getirmekle birlikte, önemli bir misyonu da şehrin turizm paydaşlarına yüklemektedir. Şehrin tarihsel ve kültürel mirasa konu olan değerlerinin, gerek içinde bulunduğumuz zaman dilimindeki potansiyeli ve dinamikleri gerekse geleceğe yönelik sürdürülebilirliği, önemli bir sorunsalı da ortaya koymaktadır. Buna göre tez; turizm paydaşlarının yönetsel, sosyo-ekonomik ve çevresel yaklaşımları açısından farklılıklarını ölçerek temelde, "Konya'nın sahip olduğu kültürel miras değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için, paydaşların katılımı ile birlikte nasıl bir yönetsel yaklaşım ortaya konmalıdır?" sorusuna cevap aramaktadır. Bu temel soruya bağlı olarak tezin cevap bulmaya çalıştığı diğer alt sorular ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Paydaşlar açısından Konya neyi ifade etmektedir?
- Paydaşlar açısından Konya nasıl algılanmaktadır?
- Paydaşlar, Konya'nın kültürel mirasının yönetiminde katılımcı bir yönetim yaklaşımını destekliyorlar mı?
- Paydaşların, Konya'nın kültürel mirasının yönetiminde sürdürülebilir uygulamalara bakış açıları nedir?
- Paydaşlar, Konya'nın kültürel mirasının sosyo-ekonomik hayata katkısını nasıl değerlendirmektedir?
- Paydaşlar, kültürel miras yönetimi sürecinde çevresel konulara nasıl bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır?
- Paydaşlar, Konya'nın sahip olduğu kültürel miras alanlarının daha sürdürülebilir bir destinasyon olmaları için neler yapabilirler?
- Paydaşlar açısından Konya'nın kültürel mirasının sürdürülebilirliğinin önündeki engeller nelerdir?

- Konya'nın kültürel mirasının yönetimi açısından en uygun yönetsel yaklaşım nedir?

Yukarıda sıralanan sorular çerçevesinde araştırmanın hipotezleri oluşturularak, gerekli analizler istatistiksel açıdan yapılmıştır. Buna göre her bir paydaşın algı ve tutumları yorumlanarak, çözüm önerileri sunulmuştur.

Bu araştırmanın temel amacı, Konya'nın zengin kültürel mirasının sürdürülebilirliğini sağlamak için, yönetsel bir bakış açısıyla turizm paydaşlarının algı ve görüşlerini ortaya koyabilmektir. Yapılacak analizler neticesinde turizm paydaşlarının Konya'nın kültürel mirasının yönetiminde yönetsel, sosyo-ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik konularındaki algılarının birbirinden farklı olup olmadığı incelenecektir. Konu ile ilgili olarak farklı görüş ve öncelikleri olan paydaşların bu farklı beklentilerini diğer paydaşlara iletmek de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Bu amaç doğrultusunda hazırlanan tezde, Konya'nın kültürel miras alanlarının sürdürülebilir bir destinasyon olmasını sağlayacak çözümler geliştirerek bunların turizm paydaşlarına iletimini sağlamak ve paydaşlarının tümünü kapsayan etkin, sürdürülebilir bir kültürel miras yönetim modeli oluşturulması için önerilerin sunulması hedeflenmektedir. Bu kapsamda sunulan önerilerin diğer kültürel miras alanları için yapılacak olan bilimsel çalışmalara da katkı sağlaması tezin amaçları arasında yer almaktadır.

4.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı

Kültürel miras alanları turistik bir değer olmanın yanı sıra, kendisine has özellikleri bulunan destinasyonlardır. Kültürel miras alanlarının coğrafi olarak belirli bir bölgeyi kapsamasının yanında, sosyo-kültürel ve ekonomik unsurları da bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Kendine özgü olan bu durum kültürel miras alanlarını turistik cazibe merkezi haline getirmekte; fakat aynı zamanda da hassas ve kırılgan yapmaktadır. Turistlerin yoğun olarak ziyaret ettikleri yerler olması sebebiyle, etkin bir yönetim anlayışından uzak kalmaları durumunda bu alanların

yıpranmaları, tahrip olmaları ve hatta tamamen yok olmaları söz konusu olabilmektedir. Turizm açısından önemli bir unsur olan çekicilik faktörünün kültürel miras alanlarındaki sürdürülebilirliğini sağlamak, turizm paydaşlarının gerekli ilkelere bağlı olarak oluşturacakları bir yönetim yaklaşımıyla mümkündür. Kültürel miras alanlarında başta doğal kaynaklar olmak üzere, sosyo-ekonomik ve diğer kaynaklarda turizm faaliyetlerinin meydana getirdiği olumsuzlukları giderecek, muhtemel tahribatları önleyici bir takım yönetsel yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Zengin bir kültürel mirasa sahip olan Konya'nın, bu potansiyelinden yeterli düzeyde faydalanamadığı bilinmektedir. Tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya'nın en büyük problemlerinden bir tanesi şehrin sadece inanç turizmi ile hafızalarda yer edinmiş olmasıyla birlikte, diğer kültürel zenginliklerinden ve alternatif turizm çeşitliliğinden tam olarak istifade edememesidir. Bu sebeple araştırma, Konya'nın sahip olduğu kültürel miras değerlerinin turizm açısından değerlendirilmesi ve kültürel mirasın yönetsel, sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında tüm paydaşlara fikir sunması açısından önem arz etmektedir. Böylelikle Konya'nın sahip olduğu kültürel değerlerin gelecek nesillere en sağlıklı şekilde aktarımı konusunda "kültürel miras yönetimi" başlığı altında aktif rol üstlenen ve birbirleri ile etkileşim içerisinde olan bir örgütlenmenin oluşturulması bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bryson ve Crosby (1992), turizm paydaşı kavramını, "nedenleri veya sonuçları itibari ile turizmden etkilenen kişi ya da örgütler olarak tanımlamaktadır". Swarbrooke (2005)'e göre ise sürdürülebilir turizm perspektifinde bir bölgedeki en önemli turizm paydaşlarını; yerel veya ulusal yöneticiler, sivil toplum kuruluşları, yerel halk, yerli ve yabancı turistler ve medya olarak sıralamıştır (Doğan, 2014: 39). Yapılan bu araştırmada, turizm paydaşı olarak yukarıda bahsedilen tüm gruplar dâhil edilmiştir. Uygulamanın yapıldığı hedef kitlenin çok geniş olması hazırlanan tezin kapsamlı ve değerli olmasına katkıda bulunurken, beraberinde bir takım zorlukları ve sınırlamaları da getirmiştir. Buna göre tezin hazırlanması sürecinde karşılaşılan birtakım sınırlılıklar aşağıda maddeler halinde verilmiştir:

- Konya'yı ziyaret eden yerli ya da yabancı turistlerin farklı ulaşım araçlarını kullanmaları ve şehirde birçok ziyaret noktasının olması sebebiyle turistlere yönelik örneklem grubuyla belirli bölgelerde görüşülmüştür.

- Araştırma süresince Konya'yı ziyaret eden yabancı turistlere yönelik anket çalışmalarında basit tesadüfî örnekleme (Simple Random Sampling) metodu uygulandığından yabancı turistler için anket formu sadece İngilizce olarak hazırlanmıştır. Bu nedenle İngilizce bilmeyen yabancı turistler anket çalışmasına dâhil edilmemiştir.

- Anket formundaki ifadelerin bazılarının uzun olması ve içeriğinde çeşitli teknik kavramların olması nedeniyle, katılımcıların bazıları tarafından anket formu anlaşılır bulunmamıştır.

- Özellikle kültürel miras alanlarına yakın çevrede bulunan küçük turizm işletmelerinin anket çalışmasına olumlu yaklaşmaması nedeniyle birtakım güçlükler yaşanmıştır. Bu sebeple kurumsal yapıya sahip turizm işletmeleri ile daha fazla sayıda anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

- Bu araştırmada yürütülen anket çalışması sadece Konya'daki turizm paydaşlarına yönelik uygulandığından, farklı bölgelerde yapılacak olan benzer çalışmalarda farklı sonuçlar ortaya çıkabilir. Bu sebeple araştırmanın ortaya koyacağı bulgular genellenebilir nitelikte değildir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, bilimsel araştırma paradigmalarından biri olan pozitivist akımdan yola çıkılarak araştırmanın tasarımı yapılmış olup ilgili alana yönelik kuramsal bilgi açısından tümdengelim yöntemi tercih edilmiştir. Tümdengelim yöntemi, “önceden oluşturulan kuramlardan yola çıkarak araştırmanın tasarlanmasını ve sonuçlar ile yeniden kurama katkıda bulunulması” olarak ifade edilmektedir (Kozak, 2014: 25). Bu yöntemden hareketle araştırmanın tasarımı şu şekilde özetlenebilir: Daha önce ortaya atılan kuramlara dayanarak araştırmanın sorularının

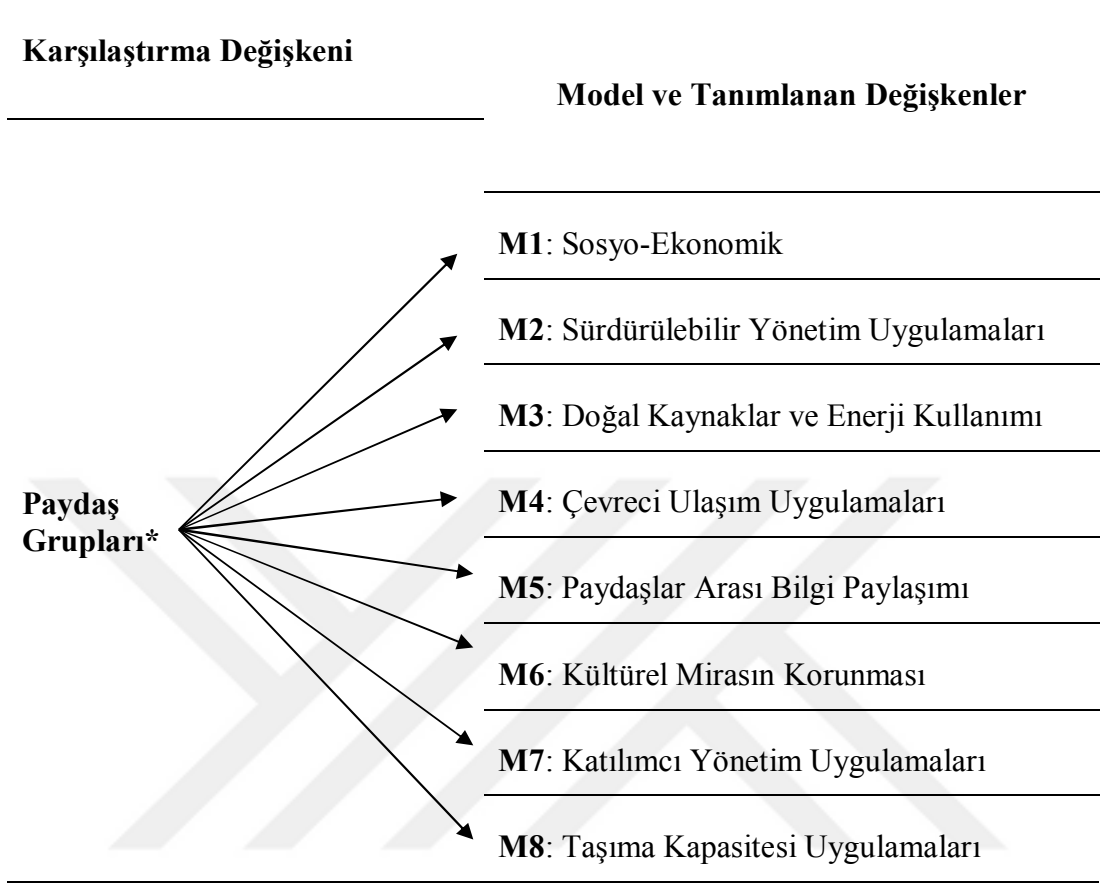
ve amaçlarının belirlenmesi, bu sorular ve amaçlar doğrultusunda hipotezlerin geliştirilmesi, nicel yöntemlerle verilerin toplanması, elde edilen verilerin istatistiksel analiz yöntemleri ile özümlenmesi, hipotezler ile veriler arasındaki ilişkinin araştırılması, elde edilen bulgular değerlendirilerek kabul edilen ya da red edilen hipotezlerin belirlenmesi ve elde edilen sonuçların ilgili alanyazına ne derecede ve yönde katkı sağladığının tartişılmasıdır (Başoda, 2017: 143).

Ayrıca, araştırmada verilerin toplanması ve özümlenmesi açısından nicel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir. Örneklem grubundan elde edilen veriler SPSS 22.00 (Statistical Package for Social Sciences) paket programında analiz edilecektir.

4.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı, turizm paydaşlarının SKMY uygulamalarına yönelik algı ve tutumlarının farklılıklarını karşılaştırmalı olarak incelemektir. Bu sebeple 5 ayrı gruptan oluşan turizm paydaşlarının SKMY oluşturan değişkenlere yönelik farklılıklarını saptamak amacıyla bir model geliştirilmiştir. Araştırmanın modeli ve bu modele yönelik kurulan hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

Şekil 4.1. Araştırmanın Modeli



* Paydaş Grupları (Yerli Halk, Yerli Turistler, Yabancı Tursitler, Turizm İşletmeleri, Yerel Yönetimler&Turizm Sivil Toplum Kuruluşları'ndan Oluşmaktadır.)

Tablo 4.1. Araştırmanın Hipotezleri

H_{1a}: SKMY'nin sosyo-ekonomik faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: SKMY'nin sürdürülebilir yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: SKMY'nin doğal kaynaklar ve enerji kullanımı faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: SKMY'nin çevreci ulaşım uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1e}: SKMY'nin paydaşlar arası bilgi paylaşımı faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1f}: SKMY'nin kültürel mirasın korunması faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1g}: SKMY'nin katılımcı yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1h}: SKMY'nin taşıma kapasitesi uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

4.3.2. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın değişkenleri; sosyo-ekonomik, sürdürülebilir yönetim uygulamaları, doğal kaynaklar ve enerji kullanımı, çevreci ulaşım uygulamaları, paydaşlar arası bilgi paylaşımı, kültürel mirasın korunması, katılımcı yönetim ve taşıma kapasitesi olmak üzere toplamda 8 boyuttan oluşmaktadır.

Sosyo-ekonomik boyut, Konya'daki kültürel mirasın, yerli halk ve turizm işletmelerinin ekonomik yaşantılarına olan etkisini ve aynı zamanda kültürel miras turizminin toplumsal hayatla olan etkileşimini ifade etmektedir. *Sürdürülebilir yönetim uygulamaları boyutu*, küresel iklim değişikliği gibi doğal faktörler ve diğer suni tahrip edici unsurlara yönelik, kültürel miras alanlarının korunmasını sağlayan stratejilerin geliştirilmesi ve yasal düzenlemelerin yapılmasına yönelik paydaşların algısını ifade etmektedir. *Doğal kaynaklar ve enerji kullanımı boyutu*, kültürel miras alanlarındaki su ve enerji kaynaklarının tasarruflu kullanımı, bu coğrafyadaki doğal ve vahşi yaşamın korunması ve özellikle sürdürülebilir alternatif enerji kaynakların

kullanımına yönelik algıyı ifade etmektedir. *Çevreci ulaşım uygulamaları boyutu* ise, gerek kültürel miras alanlarına ulaşım gerekse kültürel miras alanları içerisinde, ziyaretçilerin çevreye duyarlı ve kültürel alanı koruyan alternatif ulaşım metotlarını kullanmalarına yönelik paydaşların algısını ifade etmektedir. *Paydaşlar arası bilgi paylaşımı boyutu*, sürdürülebilir kültürel miras yönetiminin yönetsel, sosyo-ekonomik ve çevresel konularına ilişkin turizm faaliyetlerinin öncesinde ve sonrasında bilgi paylaşımına ve eğitim faaliyetlerine yönelik algıyı ifade etmektedir. *Kültürel mirasın korunması boyutu*, kültürel miras alanlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik yapılacak olan araştırmalar ve özel önlemlere ilişkin paydaşların algısını ifade etmektedir. *Katılımcı yönetim uygulamaları boyutu*, kültürel mirasın yönetimi hususunda tüm paydaşların katılımıyla oluşturulacak bir yönetim modeline ilişkin algıyı ifade etmektedir. Son olarak *taşıma kapasitesi uygulamaları boyutu* ise, kültürel miras alanlarında oluşan aşırı yoğunluğu önleyici ve gerektiğinde kısıtlayıcı uygulamalara yönelik tüm paydaşların algısını ifade etmektedir.

4.3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın amacı ve kısıtları doğrultusunda ana evren Konya’da bulunan turizm paydaşları ve buna ek olarak Konya’yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tamamıdır. Konya’da yaşayan yerli halk, yerel yönetimler, turizm sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri ve Konya’yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler paydaş gruplarını oluşturmaktadır.

Evrenden örneklem girilmedi, tüm deneklere eşit seçilme olasılığı sunan basit tesadüfi örnekleme yöntemleri (Bryman; Cramer, 1997: 99) grubundan kümelere göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Evreni oluşturan elemanların tam olarak listelenemediği hallerde kümelere göre örnekleme tercih edilmektedir. Kümelere göre örnekleme yönteminde evren küme adı verilen gruplara ayrılır ve her küme bir örnekleme birimi olarak tanımlanır. Tesadüfi olarak seçilen kümeler bir araya getirilerek örneklem oluşturulur (Çömlekçi, 2001: 90). Küme örnekleme ile seçilen

örnekler bir evrenin tek tek birimleri değil, o birimlerin oluşturdukları kümelerdir (Gökçe, 1988: 82).

Araştırma sürecinde Konya halkı, Konya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları ve turizm işletmelerinden oluşan paydaş grubuyla yüz yüze görüşülerek, algı ve tutumlarını ölçen anket formları aracılığıyla veriler toplanmıştır. Alan araştırması kapsamında yapılan anket çalışmaları, turistler için 2016 yılında turizm faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı Haziran ve Ekim ayları arasında ve özellikle Aralık ayı içinde Hz. Mevlâna'nın 743. Vuslat Yıldönümü Uluslararası Anma Etkinlikleri'nde yapılmıştır. Turistler ile yapılan anket görüşmelerinde özellikle başta Mevlana Müzesi olmak üzere, Şems-i Tebrizi Camisi ve Türbesi, Mevlana Kültür Merkezi, Sille Mahallesi, Karatay Müzesi, İnce Minare Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Beyşehir Eşrefoğlu Cami gibi Konya'nın en çok ziyaret edilen turistik noktaları ile şehirde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri seçilmiştir. Diğer paydaşlar için ise 2016 yılının her döneminde anket çalışmaları sürdürülmüştür. Turizm işletmeleri olarak, başta konaklama işletmeleri olmak üzere, seyahat acentaları, turistik restaurant ve cafeler, hediyelik eşya mağazaları, araç kiralama şirketleri ile mesai saatleri içerisinde yüz yüze görüşülmüştür. Yerel yönetimler ve turizm sivil toplum kuruluşları kapsamında ise Konya Valiliği, Meram Kaymakamlığı, Selçuklu Kaymakamlığı, Karatay Kaymakamlığı, Konya Büyükşehir Belediyesi, Meram Belediyesi, Selçuklu Belediyesi, Karatay Belediyesi, Konya Ticaret Odası, Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, TURSAB Konya Bölge Yürütme Kurulu çalışanları ile Selçuk Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Karatay Üniversitesi akademisyenleri ve personeli ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Konya halkı ile çeşitli esnaf ve ev ziyaretleri yapılarak yüz yüze görüşülmüştür.

Turizm paydaş gruplarına ilişkin örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında, %95 güven aralığında ve e=%5 hata payı ile, “ $n = N \frac{t^2pq}{d^2 (N-1) + t^2pq}$ ” formülü (Büyüköztürk, 2003) kullanılarak için örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Araştırmada küme örnekleme yöntemi kullanıldığından, paydaşlara ilişkin her bir grup için belirlenen örneklem büyüklüğü esas alınmıştır. Araştırma kapsamında her

bir paydaş grubu için belirlenen örneklem sayısından daha fazlasına ulaşılmış olup toplamda 2080 kişiden veri toplanmıştır.

4.3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Tez, araştırma çeşidi bakımından hazırlanış biçimi itibariyle “alan araştırması” kategorisinde yer almaktadır. Araştırmanın teorik kısmı oluşturulurken literatür taraması metoduna başvurulmuş ikincil kaynaklardan veri elde edilmiştir. Ayrıca tezin alan araştırmasının yapıldığı bölümünde ise yüz yüze görüşme yapılarak birincil kaynaklardan veri toplanmıştır. Veri toplama araştırmacının kendisi tarafından oluşturulan anket aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilecek verilerle ilgili anket formunda cevaplama bölümlerine geçmeden önce katılımcılara, araştırmanın sürdürülebilir kültürel miras yönetiminin oluşturulmasında turizm paydaşlarının algı ve tutumlarının ölçülmesi amacıyla yapıldığı ve bu verilerin tamamen bilimsel bir araştırmada kullanılacağı, bilimsel etiğe uygun olarak gizlilik ilkesine bağlı kalınacağı ve kendilerinde kimlik bilgilerinin istenmeyeceği gibi bilgiler paylaşılmıştır. Bu düzenlemelerden sonra anket formu turizm paydaş gruplarının her biri için (Yerli Halk, Yerli Turistler, Yabancı Turistler, Turizm İşletmeleri, Yerel Yönetimler ve Turizm Sivil Toplum Kuruluşları) ayrı ayrı düzenlenmiştir (Bkz. Ek-1, Ek-2).

4.3.5. Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Tezin alan araştırması kısmında veri toplamak amacıyla daha önce Doğan (2014) tarafından yerli halkın, ziyaretçilerin, turizm işletmeleri yöneticilerinin ve çalışanlarının, yerel yönetim birimlerindeki yetkililerin sürdürülebilir turizm ve destinasyon yönetimi algılarını ölçmek için geliştirilen 34 maddelik anket formundan faydalanılmıştır. Araştırma’da Konya’daki yerli halkın, yerli ve yabancı ziyaretçilerin, turizm işletmelerinin, yerel yönetimler ve turizm sivil toplum kuruluşları yöneticilerinin ve çalışanlarının sürdürülebilir kültürel miras yönetimine yönelik algılarını ölçmek için, Doğan’ın (2014) anket formundan uyarlanarak yeni bir anket formu geliştirilmiştir. Geliştirilen anket formu iki kısımdan oluşmaktadır.

Birinci kısımda örneklemin demografik özelliklerini ortaya koyan ve Konya'yı nasıl algıladıkları, şehrin kendileri için ne ifade ettiği ile ilgili sorular bulunmaktadır. İkinci kısımda ise SKMY'ne yönelik 34 madde ve 8 boyuttan oluşan bir anket bulunmaktadır. Örneklem grubunda yer alan paydaşların, sürdürülebilir kültürel miras yönetimine yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan ifadeler, 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış olup tüm paydaşlara sorulmuştur. Ankete katılan paydaşlar ifadelere katılma düzeylerini 1-5 puan arasında (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen katılıyorum) bir puan vererek değerlendirmişlerdir. Yabancı turistlere anketler İngilizce sunulmuş olup, bunun için ankette kullanılan ifadeler çevir-tekrar çevir (Sperder, 2004) yöntemi ile yeminli mütercim tercüman aracılığı ile Türkçe'den İngilizce'ye çevrilmiştir. İngilizce'ye çevrilen anket formu daha sonra başka bir yeminli mütercim tercüman aracılığıyla tekrar Türkçe'ye çevrilerek her iki çevirinin anlam bakımından tutarlığı karşılaştırılmıştır.

Araştırmanın asıl uygulama kısmına başlamadan önce anket formunun yapı ve dil açısından uygunluğu ile ilgili bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu uygulama, ankete yönelik olası tasarım ve ifade hatalarını önlemek için yapılmaktadır (Altunışık vd., 2012). Ayrıca bu çalışma, ankette yer alan tüm ifadelerin okunaklığı, açıklığı yönergelerin anlaşılabilirliği gibi hedef kitlenin rahatlıkla anlayabilmesine yönelik yapı ve dil bilgisi açısından değerlendirme yapmak için yapılmaktadır (Churchill ve Lacobucci, 2002). Bunun yanısıra ölçüm hatalarına neden olabilen ifadelerin belirsizliği, karışıklığı ve anketin uzunluğu gibi sorunların yaşanmaması için yapılabilmektedir (Podsakoff vd., 2003). Bu amaçla araştırmanın örneklem grubunu oluşturan 5 farklı turizm paydaş grubuna 10'ar kişi olmak üzere, toplamda 50 kişiye anket formları dağıtılmıştır. Anket çalışmasından sonra bu kişilerle yüz yüze görüşülerek, ankette yer alan ifadelerin anlaşılır olup olmadığı, anketin doldurma süresinin uygunluğu ve anket formlarının kâğıt ve renk özellikleri hakkında görüşleri alınmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda ankette yer alan ifadelerin açık ve anlaşılır olduğu, doldurma süresi ve kullanılan kâğıt özellikleri açısından uygun olduğu tespit

edilmiş ve hazırlanan anket formunun asıl uygulamada kullanılabilirliğine karar verilmiştir.

4.3.6. Verilerin Analizi

Üretilen bilgilerin bilimsel bir nitelik kazanması doğru olmasına ve her seferinde yapılan gözlem ve deneylerle kanıtlanmasına bağlıdır. Belirli bir varsayımın test edildiği değişkenler arasında nedensellik ilişkisi kurulduğu araştırma verileri eğer güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine dayanıyorsa güven verir. Güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmadan herhangi bir araştırmanın analiz sonuçlarını tablolaştırmak, bu araştırmayla ilgili yorum yapmak, bir hipotezi kabul ya da reddetmek doğru değildir (Şencan, 2005: 1).

Bu bağlamda araştırma kapsamında gerçekleştirilen ilk analiz, güvenilirlik analizidir. Güvenilirlik, testin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir. Testin güvenilirlik katsayısı olarak hesaplanan korelasyon, test puanlarına ilişkin bireysel farklılıkların ne derece gerçek ve ne derece hata faktörüne bağlı olduğunu yorumlamak amacıyla kullanılır. Örneğin, güvenilirlik katsayısı 0,80 olan bir test için bireyler arası gözlenen test puanlarındaki farkların %80 oranında gerçek farkları, %20 oranında ise hatayı yansıttığı söylenebilir (Büyüköztürk, 2003: 164). Güvenilirliği test etmek için farklı yöntemler bulunmakla birlikte tezde, özellikle Likert tipi toplamalı ölçeklerde maddelerin birbiriyle tutarlı olup olmadığını ve maddelerin hipotetik bir değişkeni ölçüp ölçmediğini belirleyen Cronbach's Alpha yöntemi kullanılmıştır (Şencan, 2005: 114). Eğer alfa katsayısı 0,70 ve üzeri bir değer gösteriyorsa ölçek güvenilirdir (Altunışık vd., 2012). Bazı istatistikçilere göre katsayı 0,60 ve üzeri olması durumunda ölçek güvenilirdir (Hair vd., 2003). Bazılarına göre 0,40-0,60 arasında düşük seviyede de olsa güvenilir olarak kabul edilmektedir (Akgül ve Çevik, 2003). Öte yandan, her ölçeğe ilişkin madde-toplam puan ilişkisine de bakmak gerekmektedir. Bu testlerin sonucunda, madde-toplam ilişkilerin olumlu ve anlamlı olması, iç tutarlılığın yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu ilişkilerin her birinin 0,30 ve üzeri değer alması beklenir (Büyüköztürk, 2013)

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen bir diğer analiz ise geçerlilik analizidir. Geçerlilik ise kullanılan ölçüm aracının ölçülmek istenilen özelliğe uygun olması, verilerin ölçülmek istenilen özelliğin niteliğini tam olarak yansıtması ve aynı zamanda verilerin amaca yönelik olarak yararlı olmasını ifade etmektedir. Uygun geçerlilik analizi yöntemi, kullanılan ölçüm aracının türüne göre farklılık göstermektedir (Şencan, 2005: 723). Bu çalışmada söz edilen yöntemlerden biri olan faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, *“birbirleri ile ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, bir diğer deyişle bir oluşumun nedenini açıkladıkları varsayılan değişkenleri (faktörleri/boyutları/bileşenleri) ortaya çıkarmak ve gerektiğinde adlandırmak amacıyla başvurulan bir yöntemler bütünüdür. Bu çerçevede, faktör analizi birçok değişkenin birkaç başlık altında toplanıp toplanmadığı hakkında bilgi veren bir yöntemler bütünü olarak da tanımlanabilir”* (Alpar, 2010: 385). Faktör analizi genellikle iki şekilde uygulanmaktadır. Bunlar açıklayıcı faktör analizi (AFA, Explanatory Factor Analysis) ve doğrulayıcı faktör analizidir (DFA, Confirmatory Factor Analysis). Açıklayıcı faktör analizi, birbirleriyle ilişkili p sayıda değişkenden oluşan veri setinin kovaryans veya korelasyon matrisinden yararlanılarak eşit veya daha az sayıda ($k \leq p$) ve birbirlerinden bağımsız yeni değişkenler (faktör) belirlemek üzere kullanılan faktör analizidir. Doğrulayıcı faktör analizi ise, AFA ile belirlenen faktörlerin, varsayımsal (hipotezle belirlenen) ya da kuramsal (teorik) faktör yapılarına uygunluğunu test etmek üzere kullanılmaktadır (Özdamar, 2013: 210). Kısacası AFA’de değişkenler arasındaki muhtemel ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanırken, DFA’de ise daha önce belirlenmiş bir ilişkinin doğruluğunun test edilmesi amaçlanmaktadır (Saçlı, 2016: 70). Araştırmada kullanılan anket formunun maddeleri ilk defa oluşturulması sebebiyle maddeler arasındaki muhtemel ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlandığından, araştırma kapsamında AFA’den yararlanılmıştır. AFA’de ilk işlem olarak veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığı incelenir. Faktör analizi için birbirleriyle yüksek ilişkisi olan maddelerin aynı boyut altında toplanması beklenmektedir. Bunun için iki test uygulanmaktadır: bunlardan birisi “Bartlett küresellik testi” ve diğeri ise “Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi” dir. Küresellik testi, ana kütlede yer alan değişkenler arasında

ilişkinin var olup olmadığına yönelik yapılan bir işlemdir. Eğer test sonuçları düşük düzeyde ilişki katsayısını gösterirse ilişkinin olmadığı ve hipotezin kabul edildiğini gösterir. Bu durumda faktör analizi yapılamamaktadır. Diğer bir test olan KMO testi ise araştırma örnekleminin yeterliliğinin ölçülmesine dair bir işlemdir. Test sonucu 0,60 ve üzeri, daha doğrusu 1'e ne kadar yakın çıkarsa, örneklemin faktör analizi açısından o kadar yeterli olduğunu gösterir (Nakip, 2013; Hair vd., 1998).

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen bir diğer analiz, "Kruskal-Wallis" (KW) varyans analizidir. KW testi ile SKMY'nin toplam puan ve alt boyutlarının puanları açısından düzeylerinin, turizm paydaş grupları arasındaki çoklu farklılığı incelenmiştir. Bu analiz metodu tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan karşılığıdır. Verilerin normal olarak dağılım göstermediği durumlarda ilişkisiz örneklem için tek yönlü varyans analizi yerine, onun alternatifi sayılabilecek parametrik olmayan bir karşılaştırma testi olan KW testiyle, grupların ortalamaları arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı test edilebilir. KW testinde, bütün veriler, önce grup ayrımı yapmaksızın küçükten büyüğe doğru sıralama ölçeği puanına dönüştürülürler. Daha sonra sıralama ölçeğine dönüştürülmüş bu puanlar, kendi gruplarına ayrıldıktan sonra, grup içi sıralama ölçeği puan ortalamaları hesaplanır (Can, 2016: 158). KW değerleri χ^2 dağılımı gösterir ve hipotezler H_0 : "X ve Y değişkenleri arasında ilişki yoktur" şeklinde oluşturulup, test istatistiğinin anlamlılığı " $p < 0,05$ ise H_0 Red, $p > \alpha$ H_0 Kabul" şeklinde tespit edilir (Saçlı, 2016: 71).

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen bir diğer analiz ise "Mann Whitney U" (MWU) testidir. Bu test ile bir önceki aşamada, KW testinde paydaş grupları arasında anlamlı farklılık çıkması durumunda ikili karşılaştırmalar için kullanılmıştır. MWU testini "t" testinin parametrik olmayan karşılığı olarak kabul etmek mümkündür. Bu test için verinin dağılımı konusunda bir koşul öne sürülemez. Ancak verinin rastgele toplanmış olması ve benzer ölçekli sürekli örnekler olması gerekmektedir. Ayrıca toplumlar benzer dağılıma ve varyansa sahip olmalıdır. MWU testi ile bağımsız iki grubun aynı dağılıma sahip ana kütlelerden geldiği hipotezi test edilir. "t" testi için koşulların uygun olmadığı durumlarda bu test

uygulanmalıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 284). MWU testinde hipotezler H_0 : “ n_1 ve n_2 hacimli örnekler benzer medyanlı dağılıma sahiptir” şeklinde kurulup, test istatistiğinin anlamlılığı “ $p < 0,05$ ise H_0 Red, $p > \alpha$ H_0 Kabul” şeklinde tespit edilir (Özdamar, 2015: 443).

Örnekleme grubundan elde edilen verilerin analizinde SPSS 22.00 (Statistical Package for Social Sciences) paket programından yararlanılmıştır ve veriler program vasıtasıyla, frekans dağılımları ve değişkenler arası karşılaştırmalı analiz testleri kullanılarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

4.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde, bir önceki bölümde belirtilen istatistiksel çözümleme yöntemleri kullanılarak ulaşılan analiz sonuçlarına yer verilmektedir. Dolayısıyla bu bölümde sırasıyla katılımcıların özellikleri (sayı, yüzde), araştırmada kullanılan anket formunun güvenilirlik ve geçerlikleri, SKMY'nin boyutlarına ilişkin turizm paydaş gruplarının farklılığı ile ilgili bulgulara yer verilmektedir. Bu bölüm toplamda üç kısımdan oluşmaktadır. Bunlar;

- 1) Katılımcıların özelliklerine ilişkin bilgiler,
- 2) Anketin güvenilirlik ve geçerliklerine ilişkin sonuçlar,
- 3) Araştırma modellerine ilişkin testler ve sonuçlar

4.4.1. Katılımcıların Özellikleri

SKMY kapsamında yapılan bu araştırmada 404 yerli turist, 392 yabancı turist, 442 yerli halk, 430 turizm işletmesi yönetici ve çalışanları, 412 yerel yönetimler ve STK üyesinden olmak üzere toplamda 2080 kişiden veri toplanmıştır. Ankete katılan grupların demografik ve diğer özelliklerine ilişkin sonuçlar aşağıdaki tabloda detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellikler	Kategori	Gruplar, Sayı ve Yüzde										Toplam	
		Yerli Turist		Yabancı Turist (\$)		Yerli Halk		Turizm İşletmeleri		Yerel Yönetimler & STK			
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	180	44,6	178	45,4	214	48,4	191	44,4	173	42,0	936	45,0
	Erkek	224	55,4	214	54,6	228	51,6	239	55,6	239	58,0	1144	55,0
Medeni Durum	Evli	210	52,0	203	51,8	259	58,6	210	48,8	226	54,9	1108	53,2
	Bekâr	194	48,0	189	48,2	183	41,4	220	51,2	186	45,1	972	46,8
Eğitim Düzeyi	Lise ve Öncesi	130	32,2	81	20,7	140	31,7	115	26,7	72	17,5	538	25,9
	Ön Lisans	65	16,1	74	18,9	93	21,0	105	24,4	103	25,0	440	21,1
	Lisans	166	41,1	191	48,7	174	39,4	179	41,6	177	43,0	887	42,7
	Lisans Üstü	43	10,6	46	11,7	35	7,9	31	7,2	60	14,6	215	10,3
Yaş	18-25	109	27,0	110	28,1	95	21,5	116	27,0	107	26,0	537	25,8
	26-35	128	31,7	117	29,8	122	27,6	139	32,3	184	44,7	690	33,1
	36-45	76	18,8	79	20,2	103	23,3	83	19,3	53	12,9	394	19,0
	46-55	53	13,1	47	12,0	72	16,3	59	13,7	45	10,9	276	13,3
	56 ve üzeri	38	9,4	39	9,9	50	11,3	33	7,7	23	5,6	183	8,8
Gelir	0-1499	80	19,8	21	5,4	74	16,7	-	-	-	-	175	14,1
	1500-2499	151	37,4	131	33,4	147	33,3	-	-	-	-	429	34,7
	2500-3499	89	22,0	99	25,3	98	22,2	-	-	-	-	286	23,1
	3500-4999	46	11,4	69	17,6	65	14,7	-	-	-	-	180	14,5
	5000-üzeri	38	9,4	72	18,4	58	13,1	-	-	-	-	168	13,6
Meslek	İşsiz	25	6,2	28	7,1	28	6,3	-	-	-	-	81	6,5
	Özel Sektör	141	34,9	125	31,9	158	35,7	-	-	-	-	424	34,2
	Kamu Sektörü	86	21,3	82	20,9	114	25,8	-	-	-	-	282	22,8
	Serbest Meslek-Esnaf	47	11,6	40	10,2	51	11,5	-	-	-	-	138	11,1

	Emekli	32	7,9	35	8,9	36	8,1	-	-	-	-	103	8,4
	Diğer	73	18,1	82	20,9	55	12,4	-	-	-	-	210	17,0
Ziyaretçi Tipi	Aile	145	35,9	140	35,7	-	-	-	-	-	-	285	35,8
	Arkadaşlar	128	31,7	113	28,8	-	-	-	-	-	-	241	30,3
	Bireysel	100	24,8	107	27,3	-	-	-	-	-	-	207	26,0
	Aile ve Arkadaşlar	31	7,7	32	8,2	-	-	-	-	-	-	63	7,9
Ziyaret Sayısı	Birinci	115	28,5	322	82,1	-	-	-	-	-	-	437	54,9
	İkinci	106	26,2	29	7,4	-	-	-	-	-	-	135	17,0
	Üçüncü	44	10,9	25	6,4	-	-	-	-	-	-	69	8,7
	Üçten Fazla	139	34,4	16	4,1	-	-	-	-	-	-	155	19,4
Kalış Süresi	Günübirlik	110	27,2	23	5,9	-	-	-	-	-	-	133	16,8
	1 gece	76	18,8	319	81,4	-	-	-	-	-	-	395	49,6
	2 gece	75	18,6	41	10,5	-	-	-	-	-	-	116	14,5
	3 gece ve üzeri	143	35,4	9	2,3	-	-	-	-	-	-	152	19,1
Ulaşım	Özel araç	127	31,4	88	22,4	-	-	-	-	-	-	215	27,0
	Otobüs	112	27,7	107	27,3	-	-	-	-	-	-	219	27,5
	Uçak	46	11,4	59	15,1	-	-	-	-	-	-	105	13,2
	Tren	54	13,4	63	16,1	-	-	-	-	-	-	117	14,7
	Sey.Acen.Aracı	65	16,1	75	19,1	-	-	-	-	-	-	140	17,6
Bilgi	Arkadaş ve Akraba	242	59,9	213	54,3	-	-	-	-	-	-	455	57,1
	TV Programı	20	5,0	21	5,4	-	-	-	-	-	-	41	5,1
	İnternet	99	24,5	100	25,5	-	-	-	-	-	-	199	25,0
	Seyahat Acentasından	30	7,4	42	10,7	-	-	-	-	-	-	72	9,1
	Gazete ve Dergi	13	3,2	16	4,1	-	-	-	-	-	-	29	3,7
Konaklama	Akraba-Arkad. Yanında	158	39,1	65	16,6	-	-	-	-	-	-	223	28,0
	Misafirhane	24	5,9	18	4,6	-	-	-	-	-	-	42	5,0

	Otel	222	55,0	309	78,8	-	-	-	-	-	-	531	67,0
Ziyaret Sebebi (En çok işaretlenen ilk 3 seçenek)	Tarihi Miras	359	88,9	346	88,2	-	-	-	-	-	-	705	88,6
	Mevlana Müzesi	385	95,3	373	95,1	-	-	-	-	-	-	758	95,2
	Yakınlık ve Ulaşım Kolaylığı	175	43,3	165	42,1	-	-	-	-	-	-	340	43,0
Tercih Edilen Turistik Aktiviteler	Mevlana Müzesi	378	93,5	363	92,6	-	-	-	-	-	-	741	93,1
	Cami ve Medrese Ziyareti	279	69,0	270	68,8	-	-	-	-	-	-	549	69,0
	Yerel Yemekleri Tatmak	217	53,7	198	50,5	-	-	-	-	-	-	415	52,1
	Kaplıcaya gitmek	60	14,8	62	15,8	-	-	-	-	-	-	122	15,3
	Yerel Hediyelik Eşya Satılmak	155	38,3	137	34,9	-	-	-	-	-	-	292	36,7
	Doğal Güzellikleri Görmek	133	32,9	128	32,6	-	-	-	-	-	-	261	32,8
Konya'da İkamet Süresi	1 yıldan az	-	-	-	-	14	3,2	-	-	-	-	14	3,2
	1-5 yıl arası	-	-	-	-	55	12,4	-	-	-	-	55	12,4
	6-10 yıl arası	-	-	-	-	53	12	-	-	-	-	53	12
	11 yıl ve üzeri	-	-	-	-	320	72,4	-	-	-	-	320	72,4
İşletme Türü	Konaklama	-	-	-	-	-	-	97	22,6	-	-	97	22,6
	Seyahat	-	-	-	-	-	-	94	21,9	-	-	94	21,9
	Yiyecek İçecek	-	-	-	-	-	-	78	18,1	-	-	78	18,1
	Turistik Aktivite	-	-	-	-	-	-	75	17,4	-	-	75	17,4
	Hediyelik Eşya	-	-	-	-	-	-	86	20,0	-	-	86	20,0
İşletmedeki Pozisyon	Sahibi veya Ortağı	-	-	-	-	-	-	40	9,3	-	-	40	9,3
	Yönetici-Çalışan	-	-	-	-	-	-	88	20,5	-	-	88	20,5
	Diğer	-	-	-	-	-	-	302	70,2	-	-	302	70,2
Kurum Tipi	Yerel Yönetim	-	-	-	-	-	-	-	-	151	36,7	151	36,7
	Meslek Örgütü	-	-	-	-	-	-	-	-	47	11,4	47	11,4

	STK	-	-	-	-	-	-	-	-	51	12,4	51	12,4
	Üniversite	-	-	-	-	-	-	-	-	163	39,6	163	39,6
Kurumdaki Pozisyon	Yönetici	-	-	-	-	-	-	-	-	59	14,3	59	14,3
	Memur	-	-	-	-	-	-	-	-	201	48,8	201	48,8
	İşçi	-	-	-	-	-	-	-	-	102	24,8	102	24,8
	Akademisyen	-	-	-	-	-	-	-	-	50	12,1	50	12,1

Tablo 4.2. de görüldüğü üzere araştırmaya katılan örneklem grubunun %55'i (1144 kişi) erkek, %45'i (936 kişi) kadınlardan oluşmaktadır. Bu katılımcıların %53,2'si (1108 kişi) evli, %46,8'i (972 kişi) bekârdır.

Katılımcılar “eğitim” durumu açısından incelendiğinde, büyük bir çoğunluğu %42,7'si (887 kişi) lisans mezunudur. Bu oranı %25,9 ile (538 kişi) lise ve öncesi, %21,1 ile (440 kişi) önlisans, %10,3 ile (215 kişi) lisansüstü mezunu katılımcılar takip etmektedir.

Araştırmaya katılan grupların “yaş” kategorilerine göre dağılımları incelendiğinde, %33,1'i (690 kişi) 26-35 yaş aralığında, %25,8'i (537 kişi) 18-25 yaş aralığında, %19'u (394 kişi) 36-45 yaş aralığında, %13,3'ü (276 kişi) 46-55 yaş aralığında, %8,8'i (183 kişi) ise 56 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır.

Katılımcılardan yerli-yabancı turist ve yerli halka yönelik “aylık gelir” dağılımları incelendiğinde, %34,7'sinin (429 kişi) aylık 1500-2499 TL aralığında, %23,1'inin (286 kişi) aylık 2500-3499 TL aralığında, %14,5'inin (180 kişi) aylık 3500-4999 TL aralığında, %14,1'inin (175 kişi) aylık 0-1499 TL aralığında ve %13,6'sının (168 kişi) aylık 5000 TL ve üzeri aralığında geliri olduğu görülmektedir. (Bu rakamlar yabancı turistler açısından Amerikan Doları'nı ifade etmektedir).

Katılımcılardan yerli-yabancı turist ve yerli halka yönelik “meslek grubu” dağılımları incelendiğinde, %34,2'sinin (424 kişi) özel sektörde, %22,8'inin (282 kişi) kamu sektöründe, %17'sinin (210 kişi) diğer meslek gruplarında çalıştıkları

görülmektedir. Ayrıca %11,1'inin (138 kişi) serbest meslek-esnaf, %8,4'ünün (103 kişi) emekli, %6,5'inin (81 kişi) işsiz olduğu görülmektedir.

Ankete katılan yerli ve yabancı turistlerin “ziyaretçi tipleri” incelendiğinde, turistlerin %35,8'i (285 kişi) Konya'yı aileleri ile, %30,3'ü (241 kişi) arkadaşları ile, %26'sı bireysel olarak, %7,9'u ise aile ve arkadaşları ile birlikte ziyaret etmektedirler.

Ankete katılan yerli ve yabancı turistlerin %54,9'u gibi (437 kişi) büyük bir çoğunluğu Konya'yı ilk defa ziyaret etmektedirler. Diğer taraftan tursitlerin %19,4'ü (155 kişi) üçten fazla defa, %17'si (135 kişi) ikinci defa, %8,7'si (69 kişi) üçüncü defa Konya'yı ziyaret etmektedirler.

Turistlerin Konya'daki “kalış süreleri” ne bakıldığında, %49,6'sı gibi (395 kişi) büyük bir çoğunluğu 1 gece konaklamakta, %19,1'i (152 kişi) 3 gece ve üzeri, %14,5'i (116 kişi) 2 gece konaklamaktadır. Öte yandan turistlerin %16,8'i (133 kişi) Konya'yı gününbirlik ziyaret etmektedir.

Anket sonuçlarına göre Konya'yı ziyaret eden tursitlerin “ulaşım” tercihleri açısından %27,5'i (219 kişi) otobüs ile, %27'si (215 kişi) özel araçları ile, %17,6'sı (140 kişi) seyahat acentası aracı ile, %14,7'si (117 kişi) tren ile ve %13,2'si (105 kişi) uçak ile Konya'ya ulaşımını sağlamaktadır.

Turistlerin Konya ile ilgili “bilgiye”, %57,1 gibi (455 kişi) büyük bir çoğunluğunun arkadaş ve akrabalarından ulaştığı görülmektedir. Bu oranı %25 (199 kişi) ile internet, %9,1 (72 kişi) ile seyahat acentası ve %3,7 (29 kişi) ile gazete ve dergi kaynakları takip etmektedir.

Ankete katılan yerli ve yabancı turistlerin “konaklama” açısından tercihleri incelendiğinde, %67'sinin (531 kişi) otelde, %28'inin (223 kişi) akraba ve arkadaş yanında, %5'inin ise çalıştıkları kurumun misafirhanesinde konaklama yaptıkları görülmektedir.

Ankete katılan yerli ve yabancı turistlerin Konya'yı "ziyaret sebebi" olarak ilk 3 seçeneği sıraladıkları tercihler incelendiğinde, %95,2'si (758 kişi) Mevlana Müzesi, %88,6'sı (705 kişi) tarihi miras ve %43'ü (340 kişi) yakınlık ve ulaşım kolaylığı seçeneklerini işaretlemişlerdir.

Ankete katılan yerli ve yabancı turistlerin birden fazla seçeneği işaretleyebildiği ve Konya'da en çok "tercih ettikleri turistik aktiviteler" ifadesine verdikleri cevaplar incelendiğinde, %93,1'i (741 kişi) Mevlana Müzesi'ni ziyaret etmek, %69'u (549 kişi) cami ve medreseleri ziyaret etmek, %52,1'i (415 kişi) yerel yemekleri tatmak, %36,7'si (292 kişi) hediyelik eşya satın almak, %32,8'i (261 kişi) doğal güzellikleri görmek ve %15,3'ü (122 kişi) ise kaplıcaya gitmek seçeneklerini işaretlemişlerdir.

"Konya'da ikamet süresi" ifadesine yönelik verilen cevaplar incelendiğinde, ankete katılan Konya Halkı'nın %72,4'ü (320 kişi) gibi büyük bir kısmı 11 yıl ve üzeri süre ile Konya'da ikamet ettikleri görülmektedir. Öte yandan halkın %12,4'ü (55 kişi) 1-5 yıl arası, %12'si (53 kişi) 6-10 yıl arası ve %3,2'si (14 kişi) 1 yıldan az süre ile Konya'da ikamet etmektedirler.

Ankete katılan turizm işletmeleri çalışanlarının "işletme türü" ifadesine verdikleri cevaplar incelendiğinde, %22,6'sının (97 kişi) konaklama, %21,9'unun (94 kişi) seyahat, %20'sinin (86 kişi) hediyelik eşya, %18,1'inin (78 kişi) yiyecek içecek ve %17,4'ünün (75 kişi) turistik aktivite işletmesinde çalıştıkları görülmektedir.

Bu çalışanların "işletmedeki pozisyonları" incelendiğinde, %70,2'si gibi (302 kişi) büyük bir çoğunluğu ast kategorisinde çalışan, %20,5'i (88 kişi) yönetici pozisyonunda ve %9,3'ünün (40 kişi) işletmenin sahibi ya da ortağı pozisyonunda oldukları görülmektedir.

Ankete katılan Yerel Yönetimler&STK üyelerinin "kurum tipi" yapıları incelendiğinde, %39,6'sı (163 kişi) üniversite, %36,7'si (151 kişi) yerel yönetim,

%12,4'ü (51 kişi) STK ve %11,4'ü (47 kişi) turizm meslek örgütü çalışanı olduğu görülmektedir.

Bu çalışanların “kurumdaki pozisyonları” incelendiğinde, %48,8'i (201 kişi) memur, %24,8'i (102 kişi) işçi, %14,3'ü (59 kişi) yönetici ve %12,1'i (50 kişi) akademisyen statüsünde çalışmakta olduğu görülmektedir.

4.4.2. Katılımcılar Açısından Konya'nın İmajı

Ankete katılan turizm paydaşlarına yönelik çok seçenekli ve sıralamalı olarak yöneltilen ifadelerden bir tanesi de Konya'nın imajı ile ilgilidir. Buna göre paydaşların hepsine ortak olarak “Konya Sizin İçin Ne ifade Ediyor?” sorusu yöneltilmiş ve katılımcılara sunulan seçeneklerden önem sırasına göre üç tanesini sıralamaları istenmiştir. Konya'nın imajına yönelik turizm paydaşlarının algıları tablo 4.3.' te detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 4.3. Konya'nın Turizm Paydaşları Açısından Algılanan İmajı

Özellikler	Kategori	Gruplar, Sayı ve Yüzde											
		Yerli Turist		Yabancı Turist		Yerli Halk		Turizm İşletmeleri		Yerel Yönetimler & STK		Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Konya Sizin İçin Ne İfade Ediyor (En çok işaretlenen ilk 3 seçenek)	Zengin Tarihi Miras	382	94,5	367	93,6	399	90,2	370	86,0	352	85,4	1870	90,0
	Doğal Güzellik	208	51,5	223	56,9	268	60,6	242	56,2	222	53,9	1163	56,0
	Yerel Tatlar ve Lezzetler	223	55,2	199	50,8	223	50,4	224	52,0	219	53,1	1088	52,3
	Manevi Huzur ve Sakinlik	335	82,9	326	83,1	361	81,6	354	82,3	336	81,5	1712	82,3
	Doğa Sporları	22	5,4	22	5,6	42	9,5	48	11,1	50	12,1	184	8,8
	Diğer	40	9,9	37	9,4	35	7,9	54	12,5	59	14,3	225	10,8

Tablo 4.3.'te de görüldüğü üzere Konya'nın turizm paydaşları nezdindeki en önemli imajı “zengin bir tarihi miras” a sahip bir şehir olmasıdır. Toplamda 1870 kez işaretlenen bu imaj %90 oran ile ilk sırada yer almaktadır. Paydaşların Konya'nın imajı açısından değer verdikleri bir diğer husus ise “Manevi Huzur ve Sakinlik” seçeneğidir. Toplamda 1712 kez işaretlenen bu seçenek, Konya'nın imajı açısından paydaşlara göre ikinci sırada yer almaktadır. Konya'nın “Doğal Güzellikleri” seçeneği ise paydaşlar tarafından 1163 kez işaretlenmiş ve %56'lık bir oranla üçüncü sırada yer almıştır.

Yukarıda bahsedilen ve Konya'nın imajı olarak sıralanan ilk üç seçenek, turizm paydaşlarının her birini ayrı ayrı olarak incelediğimizde de benzer sonuçları ortaya koymakta ve aynı ilk üç sıralamayı korumaktadır (Tablo 4.3.).

4.4.3. Anketin Güvenirlilik ve Geçerliliği

Araştırmada kullanılan SKMY anket formunun tüm paydaş grupları açısından genel olarak güvenirliliği incelendiğinde $\alpha=,889$ bulunmuştur. SKMY'nin her bir alt boyutu için genel olarak güvenirlilik katsayılarına incelendiğinde ise sonuçlar Tablo 4.1. de görüldüğü gibidir. Cronbach's Alpha katsayıları yorumlandığında SKMY ve alt boyutları için yeterli düzeyde güvenirliliğin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 4.4. Anket ve Boyutların Güvenirlilik Katsayıları

Ölçekler	Madde Sayısı	Güvenirlilik Katsayısı (α)*
Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi	34	,889
1-Sosyo-Ekonomik	8	,844
2-Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları	6	,816
3-Doğal Kaynaklar ve Enerji Kullanımı	4	,811
4-Çevreci Ulaşım Uygulamaları	4	,694

5-Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı	4	,680
6-Kültürel Mirasın Korunması	3	,716
7-Katılımcı Yönetim	2	,698
8-Taşıma Kapasitesi	2	,631

*Cronbach's Alpha

SKMY anket formunun paydaş grupları açısından güvenilirliği incelendiğinde yerli halk için $\alpha=,876$, yerli turist için $\alpha=,900$, yabancı turist için $\alpha=,900$, turizm işletmeleri için $\alpha=,877$, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları için $\alpha=,883$ olarak bulunmuştur. Ayrıca her bir turizm paydaş grubu için SKMY'nin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları incelendiğinde sonuçlar Tablo 4.2. de görüldüğü gibidir. Cronbach's Alpha katsayıları yorumlandığında SKMY ve alt boyutları için her bir turizm paydaş grubu açısından yeterli düzeyde güvenirliliğin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 4.5. Anket ve Paydaş Gruplarına Göre Güvenirlik Katsayıları

Boyutlar	Madde Sayısı	Güvenirlik Katsayısı (α)*				
		Yerli Turist	Yabancı Turist	Yerli Halk	Turizm İşletmeleri	Yerel Yönetimler ve STK
Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi	34	,900	,900	,876	,877	,893
1-Sosyo-Ekonomik	8	,840	,838	,864	,844	,829
2-Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları	6	,814	,812	,811	,816	,823
3-Doğal Kaynaklar ve Enerji Kullanımı	4	,810	,811	,796	,811	,818
4-Çevreci Ulaşım Uygulamaları	4	,688	,685	,745	,699	,640
5-Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı	4	,651	,649	,708	,689	,794
6-Kültürel Mirasın	3	,686	,688	,733	,735	,725

Korunması						
7-Katılımcı Yönetim	2	,722	,719	,737	,763	,745
8-Taşıma Kapasitesi	2	,656	,695	67,9	,768	,707

*Cronbach's Alpha

Araştırmada kullanılan boyutların yapı geçerliğinin test edilmesi için “açıklayıcı faktör analizi” uygulanmıştır. Öncelikle SKMY ve alt boyutlarına ilişkin faktör analizlerinin yapılabilmesi için verilerin uygun olup olmadığı incelenmiştir. SKMY anketi için turizm paydaş gruplarına göre yapılan örneklem yeterlik test sonuçlarına göre yeterlik katsayısı KMO=,864 olarak tespit edilmiştir. Anketin Bartlett küresellik sonucu ise turizm paydaş gruplarında (p=,000) anlamlı/önemli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla örneklem yeterlik ve küresellik test sonuçlarından, verilerin SKMY ve alt boyutlarına ilişkin faktör analizlerinin yapılabilmesi için uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.6. Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	SKMY	Faktör Yüğü	Ortak Varyans	Özdeğer	Varyans Yüğüdesi	Toplam Varyans Yüğüdesi	α
1.	Sosyo-Ekonomik			4,041	11,885	11,885	,844
	13.Madde	,737	,612				
	12.Madde	,692	,636				
	14.Madde	,689	,499				
	11.Madde	,672	,520				
	15.Madde	,608	,533				
	16.Madde	,568	,561				
	17.Madde	,554	,585				
	19.Madde	,529	,618				
2.	Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları			3,413	10,038	21,922	,816

	6.Madde	,764	,673				
	5.Madde	,743	,636				
	7.Madde	,663	,563				
	4.Madde	,605	,595				
	10.Madde	,604	,534				
	3.Madde	,528	,486				
3.	Doğal Kaynaklar ve Enerji Kullanımı			3,071	9,033	30,955	,811
	23.Madde	,793	,685				
	24.Madde	,788	,713				
	26.Madde	,741	,621				
	25.Madde	,680	,547				
4.	Çevreci Ulaşım Uygulamaları			2,205	6,484	37,440	794
	29.Madde	,765	,645				
	28.Madde	,759	,652				
	30.Madde	,487	,459				
	27.Madde	,470	,581				
5.	Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı			2,185	6,425	43,865	780
	22.Madde	,630	,650				
	20.Madde	,618	,443				
	21.Madde	,592	,593				
	18.Madde	,499	,556				
6.	Kültürel Mirasın Korunması			2,044	6,013	49,877	,716
	34.Madde	,753	,667				
	33.Madde	,672	,589				

	32.Madde	,631	,629				
7.	Katılımcı Yönetim			1,703	5,009	54,887	,798
	1.Madde	,809	,728				
	2.Madde	,780	,703				
8.	Taşıma Kapasitesi			1,619	4,761	59,648	,731
	9.Madde	,799	,662				
	8.Madde	,773	,645				
Toplam Açıklanan Varyans (%)				59,648			
Kaiser-Meyer-Olkin (Örnekleme Ölçüm Yeterliliği)				,864			
Bartlett Küresellik Test Değeri (Bartlett's Test of Sphericity)				,000			

4.4.4. Hipotez Sonuçları

H_{1a}: SKMY'nin sosyo-ekonomik faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.7. Paydaşların Sosyo-Ekonomik Faktörlere Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Sosyo-Ekonomik Faktörler	Yerli Turist	404	4,13	,58	1080,12	4,564	4	,335
	Yabancı Turist	392	4,12	,58	1069,40			
	Yerli Halk	442	4,06	,58	1007,94			
	Turizm İşletmeleri	430	4,09	,56	1027,73			

	Yerel Yönetimler/STK	412	4,09	,56	1022,42			
--	----------------------	-----	------	-----	---------	--	--	--

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin sosyo-ekonomik faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=4,13), yabancı turistler (Ort.=4,12), yerli halk (Ort.=4,06), turizm işletmeleri (Ort.=4,09) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,09) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($X^2=4,564$, $p=,335$). Dolayısıyla H_{1a} alternatif hipotezi reddedilmiştir.

H_{1b} : SKMY'nin sürdürülebilir yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.8. Paydaşların Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları Faktörlerine Yönelik Algıları

Boyut Adı	Gruplar	Sayı	Ortalama	S.Sapma	Sıra Ortalamaları	Ki-Kare (X^2)	Serbestlik Derecesi (s.d.)	Olasılık Değeri (p)
Sürdürülebilir Yönetim Uygulamaları	Yerli Turist	404	4,21	,56	1043,49	1,357	4	,852
	Yabancı Turist	392	4,20	,56	1036,35			
	Yerli Halk	442	4,23	,49	1041,71			
	Turizm İşletmeleri	430	4,25	,51	1063,50			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,19	,57	1016,23			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin sürdürülebilir yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=4,21), yabancı turistler (Ort.=4,20), yerli halk (Ort.=4,23), turizm işletmeleri (Ort.=4,25) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,19) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($X^2=1,357$, $p=,852$). Dolayısıyla H_{1b} alternatif hipotezi reddedilmiştir.

H_{1c} : SKMY'nin doğal kaynaklar ve enerji kullanımı faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.9. Paydaşların Doğal Kaynaklar ve Enerji Kullanımı Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Doğal Kaynaklar ve Enerji Kullanımı	Yerli Turist	404	4,39	,61	965,26	28,406	4	,000
	Yabancı Turist	392	4,39	,62	959,74			
	Yerli Halk	442	4,53	,54	1121,87			
	Turizm İşletmeleri	430	4,52	,55	1108,19			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,44	,62	1033,18			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin doğal kaynaklar ve enerji kullanımı faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=4,39), yabancı turistler (Ort.=4,39), yerli halk (Ort.=4,53), turizm işletmeleri (Ort.=4,52) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,44) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($X^2=28,406$, $p=,000$). Dolayısıyla H_{1c} alternatif hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, yerli halkın söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Baskınlık açısından gruplar önem sırasına göre sıralanması gerekirse; yerli halk, turizm işletmeleri, yerel yönetimler&STK ve yerli ve yabancı turistlerdir. Ancak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ikili (Mann Whitney U) ve çoklu (Kruskal Wallis tek yönlü ANOVA) karşılaştırma testleri yapılmıştır. Test sonuçlarına göre turizm işletmeleri ve yerli halk ile yerli ve yabancı turistler arasında ayrıca yerli halk ile yerel yönetimler&STK arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre kültürel miras alanlarındaki su ve enerji kaynaklarının tasarruflu kullanımı, bu coğrafyadaki doğal ve vahşi yaşamın korunması ve özellikle

sürdürülebilir alternatif enerji kaynakların kullanımına yönelik düşüncelere katılma açısından yerli halkın ve turizm işletmelerinin, yerli ve yabancı turistlerden daha baskın olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu düşünceler açısından yerli halkın, yerel yönetimler/STK'dan daha baskın olduğu saptanmıştır.

H_{1d}: SKMY'nin çevreci ulaşım uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.10. Paydaşların Çevreci Ulaşım Uygulamaları Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Çevreci Ulaşım Uygulamaları	Yerli Turist	404	3,90	,76	978,78	17,507	4	,002
	Yabancı Turist	392	3,89	,76	971,20			
	Yerli Halk	442	4,04	,79	1087,77			
	Turizm İşletmeleri	430	3,98	,77	1048,19			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,06	,69	1097,49			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin çevreci ulaşım uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=3,90), yabancı turistler (Ort.=3,89), yerli halk (Ort.=4,04), turizm işletmeleri (Ort.=3,98) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,15) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($X^2=17,507$, $p=,002$). Dolayısıyla **H_{1d}** alternatif hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, yerel yönetimler&STK'nın söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Baskınlık açısından gruplar önem sırasına göre sıralanması gerekirse; yerel yönetimler&STK, yerli halk, turizm işletmeleri, yerli ve yabancı turistlerdir. Ancak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ikili

(Mann Whitney U) ve çoklu (Kruskal Wallis tek yönlü ANOVA) karşılaştırma yapılmıştır. Test sonuçlarına göre yerli ve yabancı turistler ile yerli halk ve yerel yönetimler&STK arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre gerek kültürel miras alanlarına ulaşım gerekse kültürel miras alanları içerisinde, ziyaretçilerin çevreye duyarlı ve kültürel alanı koruyan alternatif ulaşım metotlarını kullanmalarına yönelik düşüncelere katılma açısından yerel yönetimler&STK ve yerli halkın, yerli ve yabancı turistlerden daha baskın olduğu tespit edilmiştir.

H_{1e}: SKMY'nin paydaşlar arası bilgi paylaşımı faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.11. Paydaşların Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Paydaşlar Arası Bilgi Paylaşımı	Yerli Turist	404	4,23	,97	1081,38	6,934	4	,139
	Yabancı Turist	392	4,22	,98	1071,72			
	Yerli Halk	442	4,12	,80	987,91			
	Turizm İşletmeleri	430	4,15	,81	1021,56			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,15	,63	1046,89			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin paydaşlar arası bilgi paylaşımı faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=3,90), yabancı turistler (Ort.=3,89), yerli halk (Ort.=4,04), turizm işletmeleri (Ort.=3,98) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,15) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($X^2=6,934$, $p=,139$). Dolayısıyla **H_{1e}** alternatif hipotezi reddedilmiştir.

H_{1f}: SKMY'nin kültürel mirasın korunması faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.12. Paydaşların Kültürel Mirasın Korunması Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Kültürel Mirasın Korunması	Yerli Turist	404	4,40	,60	953,19	33,120	4	,000
	Yabancı Turist	392	4,39	,61	948,70			
	Yerli Halk	442	4,55	,54	1124,44			
	Turizm İşletmeleri	430	4,53	,54	1093,06			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,49	,61	1068,55			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin kültürel mirasın korunması faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=4,40), yabancı turistler (Ort.=4,39), yerli halk (Ort.=4,55), turizm işletmeleri (Ort.=4,53) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,49) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($X^2=33,120$, $p=,000$). Dolayısıyla **H_{1f}** alternatif hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, yerli halkın söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Baskınlık açısından gruplar önem sırasına göre sıralanması gerekirse; yerli halk, turizm işletmeleri, yerel yönetimler/STK, yerli ve yabancı turistlerdir. Ancak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ikili (Mann Whitney U) ve çoklu (Kruskal Wallis tek yönlü ANOVA) karşılaştırma yapılmıştır. Test sonuçlarına göre yerli ve yabancı turistler ile yerli halk, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler/STK arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre kültürel miras alanlarının

sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik yapılacak olan araştırmalar ve özel önlemlere ilişkin düşüncelere katılma açısından yerli halk, turizm işletmeleri, yerel yönetimler&STK'nın, yerli ve yabancı turistlerden daha baskın olduğu saptanmıştır.

H_{1g}: SKMY'nin katılımcı yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.13. Paydaşların Katılımcı Yönetim Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Katılımcı Yönetim	Yerli Turist	404	4,04	,71	1010,39	13,653	4	,008
	Yabancı Turist	392	4,03	,72	995,13			
	Yerli Halk	442	4,09	,66	1035,15			
	Turizm İşletmeleri	430	4,07	,72	1030,67			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,18	,59	1129,19			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin katılımcı yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=4,04), yabancı turistler (Ort.=4,03), yerli halk (Ort.=4,09), turizm işletmeleri (Ort.=4,07) ve yerel yönetimler/STK (Ort.=4,18) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($X^2=13,653$, $p=,008$). Dolayısıyla **H_{1g}** alternatif hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, yerel yönetimler&STK söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Baskınlık açısından grupların önem sırasına göre sıralanması gerekirse; yerel yönetimler&STK, yerli halk, turizm işletmeleri, yerli ve yabancı turistlerdir. Ancak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ikili (Mann Whitney U) ve çoklu (Kruskal Wallis tek yönlü ANOVA) karşılaştırma yapılmıştır. Test sonuçlarına göre kültürel mirasın yönetimi hususunda

tüm paydaşların katılımıyla oluşturulacak bir yönetim modeline ilişkin düşüncelere katılma açısından yerel yönetimler&STK, yerli ve yabancı turistlerden ve turizm işletmelerinden daha baskın olduğu tespit edilmiştir.

H_{1h}: SKMY'nin taşıma kapasitesi uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4.14. Paydaşların Taşıma Kapasitesi Faktörlerine Yönelik Algıları

<i>Boyut Adı</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>S.Sapma</i>	<i>Sıra Ortalamaları</i>	<i>Ki-Kare (X)²</i>	<i>Serbestlik Derecesi (s.d.)</i>	<i>Olasılık Değeri (p)</i>
Taşıma Kapasitesi	Yerli Turist	404	3,59	,94	1045,40	204,495	4	,000
	Yabancı Turist	392	3,60	,95	1051,14			
	Yerli Halk	442	3,50	1,02	1008,85			
	Turizm İşletmeleri	430	3,09	1,05	765,02			
	Yerel Yönetimler/STK	412	4,07	,66	1347,04			

Sonuç: Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre, SKMY'nin taşıma kapasitesi uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, yerli turistler (Ort.=3,59), yabancı turistler (Ort.=3,60), yerli halk (Ort.=3,50), turizm işletmeleri (Ort.=3,09) ve yerel yönetimler&STK (Ort.=4,07) gibi turizm paydaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($X^2=204,495$, $p=,000$). Dolayısıyla **H_{1h}** alternatif hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, yerel yönetimler&STK söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Baskınlık açısından gruplar önem sırasına göre sıralanması gerekirse; yerel yönetimler&STK, yabancı ve yerli turistler, yerli halk ve turizm işletmeleridir. Ancak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için ikili (Mann Whitney U) ve çoklu (Kruskal Wallis tek yönlü ANOVA) karşılaştırma yapılmıştır. Test sonuçlarına göre yerel yönetimler&STK ve turizm işletmeleri ile yerli

ve yabancı turistler ve yerli halk arasında, ayrıca turizm işletmeleri ile yerel yönetimler&STK arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre kültürel miras alanlarında oluşan aşırı yoğunluğu önleyici ve gerektiğinde kısıtlayıcı uygulamalara yönelik düşüncelere katılma açısından yerel yönetimler&STK'nın, turizm işletmeleri, yerli ve yabancı turistler ve yerli halktan daha baskın olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu düşüncelere katılım açısından yerel yönetimler&STK, turizm işletmelerinden daha baskın olduğu tespit edilmiştir.

4.5. Bulguların Değerlendirilmesi

Konya, kendine has kültürel, tarihsel ve mekânsal özellikleri sebebiyle, ülkemizin turizm açısından potansiyel taşıyan en önemli, en zengin şehirlerinden bir tanesidir. Yapılan bu araştırmada, Konya'nın sahip olduğu zengin kültürel mirasının, turizm perspektifinde değerlendirilerek sürdürülebilir, katılımcı ve gelişime açık bir paydaş yönetim anlayışının ortaya konulmasına odaklanılmıştır. Bu amaçla Konya'nın turizm konusundaki paydaşlarının genel profillerinin, algı ve eğilimlerinin incelendiği, yerli ve yabancı turistlerin, yerel halkın, turizm işletmelerinin, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının katıldığı, geniş bir paydaş grubuna yönelik alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırması sonucunda ortaya çıkan bulgulara ilişkin genel bir değerlendirme aşağıdaki gibidir:

Araştırmada, ankete katılan paydaşlardan çoğunluğunun erkek ve evli bireylerden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca, paydaşların ağırlıklı olarak (18-35 arası, %58,9) genç yaş grubunda yer alan, yüksek eğitilmiş (Lisans-Ön lisans, %63,8) bireylerden oluştuğu görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların büyük bir kısmının orta seviyede gelire (1500-3499 TL arası, %57,8) sahip oldukları göze çarpmaktadır. Buna göre, Konya'nın genç yaş grubundaki turistler tarafından tercih edilmesi ve yerli nüfus içerisindeki genç nüfusun varlığını dikkate alacak olursak, farklı kültürel ve turizm etkinliklerinin düzenlenmesinin bu kitle üzerinde etki edeceği düşünülebilir. Kültürel mirasa yönelik faaliyetlerin yanı sıra, eğlence, spor faaliyetleri gibi farklı turizm etkinliklerinin de, bu yaş aralığındaki paydaş kitlesinin kolaylıkla dikkatini çekebileceği söylenebilir. Ayrıca bu grupta yer alan bireylerin

büyük bir kısmının üniversite çağındaki bireyler olduğunu düşünecek olursak, Konya'daki üniversiteler ile diğer turizm paydaşları arasındaki diyalogun geliştirilmesinin de önem arz ettiği söylenebilir. Öte yandan Konya'yı ziyaret eden turistlerin ve yerel halkın ağırlıklı olarak özel sektörde ve kamu sektöründe çalıştığı görülmektedir. Bunun yanında diğer meslek gruplarından da Konya'ya ziyaretçilerin geldiği görülmektedir. Bu durum, Konya'nın toplumun her kesiminden insanı kendine çekebilen bir şehir olduğunu ortaya koymaktadır.

Ankete katılan paydaş gruplarından yerli ve yabancı turistlere ilişkin anketlerde diğer paydaşlardan farklı olarak “ziyaretçi tipi, ziyaret sayısı, kalış süresi, Konya'ya ulaşım, Konya hakkında bilgi edinme, Konya'da konaklama, şehri ziyaret sebebi, Konya'da tercih ettiği turistik aktiviteler” gibi diğer paydaşlara yöneltilmeyen bir takım sorular sorulmuştur. Konya'yı ziyaret eden turistlerin çoğunluğunun aile ve arkadaşları ile birlikte geldiği görülmektedir. Bunun yanında çok sayıda ziyaretçinin de bireysel olarak Konya'yı ziyaret ettiği dikkati çekmektedir. Dolayısıyla Konya, ziyaretçilerin gerek aileleri gerekse arkadaşları ile ziyaret edilebilen ve farklı bireysel profillere hitap edebilen bir şehir olduğunu bir kez daha bizlere göstermektedir. Ankete katılan turistlerin geneline bakıldığında yarısından fazlası (%54,9) Konya'yı ilk defa ziyaret etmektedir. Sonuçları turist profillerine göre incelediğimizde yabancı turistlerin büyük bir çoğunluğunun (%82,1) Konya'yı ilk defa ziyaret ettiği görülmektedir. Yerli turistlerde ise Konya'yı ilk defa ziyaret edenler (%28,5) ile ikinci (%26,2), üçüncü (%10,9) ve üçten fazla defa (34,4) ziyaret edenlerin birbirleri ile dengeli dağılım gösterdikleri görülmektedir. Bu durum Konya'nın hem yeni turist çekebilen dinamik bir yapıya sahip olduğunu, hem de eski ziyaretçilerini defalarca kendisine çekerek, sadık bir turist profiline sahip olan bir destinasyon olduğunu bizlere göstermektedir. Öte yandan bu ziyaretçilerin geneli Konya'da ortalama 1 gece konaklama yapmaktadır. Konaklama açısından turist profillerini incelediğimizde, yerli turistlerin çoğunluğunun (%35,4) 3 gece ve üzeri konaklama yaptığı, 1 ve 2 gece konaklama yapanların da toplamda (%37,4) dikkati çektiği görülmektedir. Yabancı turistlerde ise büyük bir çoğunluğun (%81,4) 1 gece konaklama yaptığı sonucu dikkati çekmektedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin Konya'ya gelirken otobüs, uçak, tren, özel araç, seyahat acentası aracı gibi tüm ulaşım imkânlarından faydalandığı görülmektedir. Konya'ya gelirken toplu ulaşım araçlarını tercih eden turistlerin (toplamda %73), özel araçları ile gelen turislerden (%27) çok daha fazla olduğu dikkati çekmektedir. Turist profilleri incelendiğinde sonuçlar yerli ve yabancı turistler açısından da genele göre paralellik göstermektedir. Bu durum Konya'nın trafik yoğunluğunu azaltmada, kültürel miras alanlarındaki park sorununu çözümede, doğaya zararın ve trafik kazalarının azaltılması gibi sorunların çözümünde katkı sağlayıcı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürel mirasın çevresel sürdürülebilirliği açısından da ziyaretçilerin daha çok toplu taşıma araçlarını tercih etmeleri, ulaşım araçlarının karbon emisyonu, gürültü kirliliği gibi zararlarının azaltılmasına, şehrin ekolojik sistemi ve fiziki yapısının sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkı sağlamaktadır.

Ankete katılan turistlerin birden fazla tercihi işaretleyebildikleri ve Konya hakkında bilgiye nereden ulaştıklarının irdelendiği soruda, turistlerin çoğunluğunun (%57,1) arkadaş ve akrabalarından bilgi edindiği görülmektedir. Turistlerin ikinci olarak ise internet (%25) vasıtasıyla Konya hakkında bilgi edindikleri dikkati çekmektedir. Sonuçlar turist profilleri açısından da genel sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Bulgular, turistlerin Konya'yı tercih ederken akraba ve arkadaşlarının deneyimlerine önem verdiklerini ve dolayısıyla kulaktan kulağa pazarlamanın Konya turizminde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumda, Konya'yı ziyaret eden turistlerin şehirden memnun bir şekilde ayrılmaları çok daha fazla önem arz etmektedir. Ayrıca Konya'nın turizm açısından tanıtımında, internetin kullanılabilirdiği her türlü bilgi iletişim teknolojilerinin de, etkin olarak değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir.

Ankete katılan turistlerin konaklama tercihlerine bakıldığında, daha çok otel (%67) seçeneğini değerlendirdikleri, bunun yanısıra akraba ve arkadaş yanında (%28) kalmayı da tercih ettikleri görülmektedir. Sonuçlar turist profilleri (yerli-yabancı) açısından da benzer sonuçları ortaya koymaktadır. Bulgular Konya'nın turizm sezonunda ve özel günlerde, tur operatörleri veya seyahat acentaları tarafından organize edilen bir destinasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca

Konya, gerek münferit gerekse organize turlarla ziyaret edilen bireysel ve organize olmuş grupların ziyaret ettiği bir destinasyondur. Dolayısıyla, Konya'nın "Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi" yapısını oluşturmada, tur operatörleri ve seyahat acentalarının da mutlaka bir paydaş olarak görülmesi ve sürece dâhil edilmeleri gerekmektedir.

Ankete katılan turistlerin Konya'yı tercih etme sebeplerine ilişkin birden fazla seçeneğin sıralamalı olarak işaretlendiği soruda, ziyaretçilerin tamamına yakını (%95,2) Mevlana Müzesini işaretleyerek Konya'yı tercih etme nedenlerinin birincisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu (%88,6) "Tarihi Miras" seçeneğini işaretleyerek Konya'yı tercih etme nedeni olarak ikinci sıraya koymuşlardır. Ziyaretçilerin Konya'yı tercih etme nedeni olarak üçüncü sıraya koydukları (%43) seçenek ise "yakınlık ve ulaşım kolaylığı" seçeneği olmuştur. Konya'ya gelen ziyaretçilerin en çok tercih ettikleri turistik aktivitelerin sorulduğu ve birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği soruda, bir önceki soruya verdiklere cevapları destekler nitelikte, ziyaretçilerin büyük bir kısmı (%93,1) Mevlana Müzesi'ni görmek tercihini işaretleyerek birinci sıraya koymuşlardır. İkinci tercih olarak ise (%69) "cami ve medrese ziyareti yapmak", üçüncü olarak ise (%52,1) "yerel yemeklerin tadına bakmak" seçeneğini işaretlemişlerdir. Sonuçlar turist profilleri (yerli-yabancı) açısından da benzer sonuçları ortaya koymaktadır. Bulgular, Konya dendiği zaman ziyaretçilerin aklına gelen ilk tercihin Mevlana Müzesi'ni görmek olduğunu bir kez daha gözler önüne sermektedir. Bununla birlikte Konya'yı ziyaret eden turistlerin büyük bir çoğunluğunun, şehrin diğer kültürel zenginliklerini görmek istediği görüşü, sonuçlar tarafından ortaya konmaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin Konya'ya gelirken birçok ulaşım tercihinin faydalanabilme olanağına sahip olmaları, şehrin turistler tarafından tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bulgular Konya'nın sahip olduğu kültürel değerlerin en başında gelen Mevlana Müzesi'nin turizm açısından daha çok uzun yıllar bir çekim noktası olacağını bizlere göstermektedir. Ayrıca bulgular, Konya'nın geçmişten günümüze çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebiyle, şehrin birçok ilçesinde yer alan farklı kültürel değerlerin ve yerel tatların turistler tarafından merak

edildiğini açıkça göstermektedir. Bu sebeple en az Mevlana kadar, Konya'nın diğer kültürel değerlerinin de dünyaya tanıtılması ve her birinin bir cazibe merkezi haline dönüştürülmesi için gerekli çalışmaların yapılması büyük önem taşımaktadır. Konya'nın coğrafi konum açısından ülkemizin merkezinde yer alması, birçok seçenek ile şehre ulaşımın sağlanabilmesi, ülkemizin diğer önemli turizm şehirlerine transferin kolay olması gibi birçok avantajı bulunmaktadır. Fakat özellikle şehir içerisinde her gün artan trafik yoğunluğu ve ilçelere ulaşım imkânlarının kısıtlılığı gibi sorunlar, özellikle turistlerin buralardaki kültürel değerleri görmelerinde büyük bir engel gibi görünmektedir. Bu sebeple Konya'nın her geçen yıl artan turizm faaliyetlerine paralel olarak, özellikle şehir içi ve ilçeler arası ulaşım bağlantılarını geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında Konya'yı ve ilçelerini ziyaret eden turistlere şehrin ve yerelin geleneksel mutfak lezzetlerini tecrübe edecekleri, yerel kültürel değerleri yansıtan hediyelik eşyaları satın alabilecekleri ve Konya'nın diğer doğal güzelliklerini görebilecekleri fırsatları da sunmak gerekmektedir.

“Konya'nın İmajı” ile ilgili ankete katılan paydaşların tamamına yöneltilen, birden fazla seçenekli ve sıralamalı soruda, paydaşların büyük bir kısmı (%90) birinci olarak, Konya'yı “zengin tarihi miras” ile özdeşleştirdiği görülmektedir. Paydaşlar ikinci olarak (%82,3) Konya'yı “manevi huzur ve sakinlik” ile özdeşleştirmişlerdir. Üçüncü olarak ise paydaşların aynı oranda (%53) işaretledikleri “doğal güzellik” ve “yerel tatlar ve lezzetler” seçenekleri yer almaktadır. Hem ziyaretçilerin tercih sebebi, hemde tüm paydaşların imaj olarak “zengin tarihi miras” seçeneğini yüksek oranlarda işaretlemesi, sürdürülebilir bir kültürel miras yönetiminin tutarlılığı açısından önem arz etmektedir. Konya'yı ziyaret eden turistlerin tercih sebepleri ile tüm turizm paydaşlarının “Konya'nın imajı” tercihleri arasında tutarlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Konya'nın bir kültür şehri imajına sahip olması ve şehrin ziyaretçilerine yaşatmış olduğu manevi huzur ve sakinliğin korunması Konya turizmi açısından oldukça önemlidir. Bu imaj sürdürülebilir kültürel miras yönetiminin temel unsurları ile oldukça uyumludur. Kültürel-manevi değerleri, huzur ve sakinliği ön planda tutan turistlerin potansiyeli, sürdürülebilir kültürel miras yönetimi uygulamalarına da olumlu bir zemin oluşturmaktadır.

SKMY'nin sosyo-ekonomik faktörleri açısından tüm paydaşlar arasında tutarlı bir bakış açısı dikkati çekmektedir. Turizm paydaşları, kültürel miras sebebiyle oluşacak istihdam olanaklarından öncelikli olarak Konya halkının istifade etmesine sıcak bakmaktadır. Kültürel miras alanlarındaki yerel ve küçük girişimcilerin desteklenerek, bunların kendi ürettikleri Konya'ya özgü ürünleri satmalarına düşünsel olarak öncelik tanımaktadırlar. Bu sebeple kültürel miras bölgelerine gelen ziyaretçilerin yerel halk ile iletişimi ve etkileşimi sürekli açık tutulması gerekmektedir. Yerel halkın vermiş oldukları her türlü hizmet sürecinde, ziyaretçilerin memnuniyetini dikkate alan bir yaklaşım sergilemeleri oldukça önemlidir. Bu süreçte gerek Konya halkının gerekse ziyaretçilerin karşılıklı olarak kültürel yaşam tarzlarına saygı göstermeleri, sürecin devamlılığı ve etkinliği açısından son derece önemlidir. Bu şekilde kültürel miras değerlerinin yaratmış olduğu ekonomik ve sosyal fırsatların, Konya halkının gelirini ve günlük yaşam kalitesini artıracığı düşünülmektedir.

SKMY'nin sürdürülebilir yönetim uygulamalarına yönelik algı ve tutumlar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermemektedir. Tüm paydaş grupları öncelikli olarak, Konya'nın kültürel miras değerleri açısından sürdürülebilir bir turizm planı ve stratejisi geliştirilmesi hususunda hem fikirlerdir. Bu amaçla atılması gereken ilk adım olarak, kültürel mirasın sürdürülebilirliği sağlayabilecek gerekli yasal düzenlemelerin, kanun ve kuralların başta hükümet yetkilileri olmak üzere yerel yönetimler tarafından yürürlüğe konulması olarak görmektedirler. Yapılacak olan düzenlemelerin zamana bağlı değişimleri dikkate alarak sürekli kendisini yenilemesi, paydaşların öne sürdüğü bir başka beklentidir. Dolayısıyla kültürel miras alanlarında turizme bağlı çevresel, kültürel ve sosyal değişimler sürekli olarak takip edilmesi ve buna paralel olarak yerel yönetimlerin uyguladıkları turizm eylem planlarını revize etmeleri gerekmektedir. Özellikle turizmi etkileyecek olan doğal afet, ekonomik kriz, savaş, terör olayları gibi kriz durumlarına yönelik, yerel yönetimlerin alternatif çözüm üretebilecekleri bir hazırlığı önceden ortaya koymaları gerekmektedir. Konya'nın başta kültürel değerleri olmak üzere, tüm turizm tanıtım faaliyetlerinde sürdürülebilirliğe vurgu yapan, dikkati bu konuya çeken, bilgi,

açıklama ve görsellere yer verilmesi bu konuda farkındalığın oluşması açısından fayda sağlayacaktır.

SKMY'nin doğal kaynaklar ve enerji kullanımı faktörlerine yönelik algı ve tutumlar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Öncelikli olarak bu konudaki hassasiyetin tüm paydaş gruplarında var olduğunu söylemek mümkündür. Fakat yapılan ikili ve çoklu analizler sonucunda, Konya halkının ve şehirdeki turizm işletmelerinin doğal çevre ve enerji kaynaklarının, gerek israf edilmeden kullanımı gerekse sürdürülebilirliği konusunda diğer paydaş gruplarından daha hassas oldukları görülmektedir. Şehrin kendi doğal çevre ve enerji kaynaklarına sahip çıkılması bakımından kendi halkının ve işletmelerinin, şehri ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlere nazaran daha fazla hassasiyet göstermesi, sürdürülebilir turizm yaklaşımı açısından doğal bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Fakat Konya'daki yerel yönetimler ve STK'ların bu konudaki hassasiyetlerinin yerel halkın ve işletmelerin gösterdikleri hassasiyet derecesinin gerisinde kalması oldukça anlamlı ve incelenmesi gereken bir durumdur. Ortaya çıkan anket sonuçlarına göre Konya'daki yerel yönetim ve STK'ların bu konuda daha hassas davranmaları gerekliliğidir. Bu bağlamda yerel yönetim ve STK'ların, yerel halk ve işletmelerin beklentilerine paralel olarak, özellikle kültürel miras alanlarındaki işletmelere, su ve enerji kullanımı konusunda baskın kurallar uygulamaları ve gerektiğinde yaptırım uygulamaları gerekmektedir. Bu bölgelerdeki işletmelerin ve halkın petrol, kömür vb. fosil yakıtları kullanmaları yerine güneş, rüzgâr gibi yenilenebilir ve turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlayıcı enerji kaynaklarını kullanmaları teşvik edilmeli ve gerektiğinde maddi olarak desteklenmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca bir diğer önemli çevresel unsur, şehrin merkezinden uzak kültürel miras alanlarındaki doğal yaşam içerisinde bulunan bitki ve hayvan türlerinin korunmasına yöneliktir. Özellikle bu konuda koruyucu önlemlerin, yetkili birimler tarafından acilen alınması gerekmektedir.

SKMY'nin çevreci ulaşım uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Özellikle Konya'daki yerel yönetimler&STK, yerel halk ve turizm işletmeleri gibi paydaş gruplarının, kültürel

miras alanlarına transferin sağlanması ve bu alanların sınırları içerisindeki ulaşım ile ilgili çevreci uygulamalara, yerli ve yabancı turistlere nazaran daha duyarlı oldukları görülmektedir. Buna göre paydaş gruplarından yerel yönetimler&STK ve yerel halkın, şehrin ev sahibi kimliği bulunmaktadır. Bu grupların Konya'nın kültürel değerlerini korumadaki çevreci hassasiyetlerinin, bu kimlik yapılarından kaynaklandığı düşünülebilir. Özellikle Konya'daki yerel paydaş grupları, yerli ve yabancı ziyaretçilerin kültürel miras alanlarına ulaşımının sağlanması noktasında özel araçlar yerine toplu ulaşım araçlarının kullanılmasını gerekli görmektedirler. Ayrıca bu grupların kültürel miras alanlarına ulaşımının ötesinde, bu alanlar içerisinde tur otobüsleri ile dolaşımının da kısıtlanması hususunda, yerel paydaş gruplarının görüş birliği içerisinde oldukları anket sonuçları tarafından ortaya konulmaktadır. Konya'nın yerel paydaş grupları bu kısıtlamaya çare olarak, bu alanlarda bisiklet kullanımı, elektrikli vasıtalar, gezinti şeklinde ziyaret vb. uygulamaların teşvik edilmesini sunmaktadırlar.

SKMY'nin paydaşlar arası bilgi paylaşımı faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermemektedir. SKMY'nin sağlıklı olarak işlev görebilmesi açısından paydaşlar arası bilgi paylaşımı en önemli ve kritik unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda tüm paydaş grupları, Konya'nın kültürel mirasının sürdürülebilirliğinin sağlanması yönünde bilgi paylaşımına açık olduklarını ifade etmektedirler. Öncelikli olarak yerli ve yabancı turistler, Konya'ya ziyaretlerini gerçekleştirmeden önce şehrin kültürel mirasları hakkında geniş bilgi sahibi olmak istemektedirler. Bu konuda internet ve daha önceden basılan dergi ve broşürlerin yanısıra, kültürel miras alanlardaki turistik ürün çeşitliliği ve bunların fiyatları hakkında da önceden bilgi sahibi olmayı arzulamaktadırlar. Bu alanları ziyaret eden turistler, yapmış oldukları turistik ürün alışverişlerinde ve yiyecek-içecek ihtiyaçlarını karşıladıkları restaurant, cafe gibi mekânlarda menü ve fiyatları açık olarak görmek ve fiyat-kalite dengesini yaşamak istemektedirler. Öte yandan yerel halkın ve turistik işletmelerin, Konya'nın kültürel mirasına ilişkin endişe ve memnuniyetlerinin, gerek ziyaretçiler gerekse yerel yönetimler tarafından dikkate alınması gibi bir beklentileri bulunmaktadır. Özellikle kaçak turistik faaliyetlerin

ihbar edilmesi, kaçak olarak turistik bölgelere getirilen kalitesiz ve ucuz ürünlerin satışa sunulması, aşırı ve yıkıcı rekabet vb. konuların giderilmesine ilişkin yetkililerden beklentilerinin oldukları görülmektedir. Yine bu konuya yönelik, yerel yönetimler&STK'nın ve turistik işletmelerin bünyesinde çalışan personelin, sektöre ilişkin eğitim süreçleri ile bilgilendirilmesi ve niteliklerini geliştirecek bir takım adımların atılması gerekmektedir.

SKMY'nin kültürel mirasın korunması faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Öncelikle tüm paydaş gruplarının kültürel mirasın korunmasına yönelik katılımcı bir yaklaşım gösterdikleri görülmektedir. Fakat yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre yerli ve yabancı turistler ile yerli halk, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler/STK arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre kültürel miras alanlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik yapılacak olan çalışmalar ve özel önlemlere ilişkin düşüncelere katılma açısından yerli halk, turizm işletmeleri, yerel yönetimler&STK'nın, yerli ve yabancı turistlerden daha baskın olduğu saptanmıştır. Konya'nın yerel turizm paydaşlarının, özellikle kültürel mirasın çevresel boyutundaki baskın rolünün bu boyutta da kendisini göstermesi, sonuçlar arasındaki tutarlılığı ortaya koymaktadır. Başta Konya halkı olmak üzere, yerel yönetimler&STK ve turizm işletmelerinin yerli-yabancı turistlerden temel beklentileri maddi kazanımların yanı sıra, ziyaretlerini gerçekleştirdikleri kültürel miras alanlarının korunmasına yönelik hassasiyet göstermeleridir. Çünkü paydaşlar nezdinde kültürel miras alanları özel ve korunması gereken turistik bölgelerdir. Bu konuda yerel yönetimler ve turizm sivil toplum kuruluşlarının, Konya'nın kültürel miras alanlarının sürdürülebilirliğine ilişkin yerel halk ve ziyaretçilerin katılımı ile birlikte çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. Özellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu yılın belirli dönemlerinde, turizmin kültürel miras alanlarındaki doğal ve kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltacak önlemler geliştirilmelidir.

SKMY'nin katılımcı yönetim uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Genel olarak tüm paydaş grupları kültürel mirasın idaresinde katılımcı yönetim anlayışını benimsediklerini

ortaya koymuşlardır. Ancak anket sonuçlarına göre, yerel yönetimler&STK'nın söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından diğer paydaş gruplarından daha baskın olduğu görülmektedir. Kültürel mirasın yönetimi hususunda tüm paydaşların katılımıyla oluşturulacak bir yönetim modeline ilişkin düşüncelere katılma açısından, yerel yönetimler&STK, yerli ve yabancı turistlere ve turizm işletmelerine nazaran daha istekli yaklaşmaktadırlar. Böyle bir sonuç Konya'nın yerel yönetimlerinin ve STK'nın kültürel mirasın yönetimi ve bu konuda alınacak olan kararların sorumluluğunu paylaşma noktasında diğer paydaş gruplarının da desteğini beklediğini bizlere göstermektedir. Aslında böyle bir beklentinin oluşması ve hatta bunun gerçeğe dönüştürülmesi araştırmanın temel amaçları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda başta Konya halkı olmak üzere, turizm işletmelerinin de Konya'nın kültürel mirası ile ilgili kararların alınmasına, daha aktif olarak katılımlarının sağlanması gerekmektedir.

Son olarak, SKMY'nin taşıma kapasitesi uygulamaları faktörlerine yönelik algılar, turizm paydaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Anket sonuçlarına göre, yerel yönetimler ve STK'nın söz konusu boyuta yönelik düşüncelere katılma açısından, diğer gruplardan daha baskın olduğu görülmektedir. Ortalamalar incelendiğinde, yerel yönetimler&STK ve turizm işletmeleri ile yerli ve yabancı turistler ve yerli halk arasında, ayrıca turizm işletmeleri ile yerel yönetimler&STK arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, kültürel miras alanlarında oluşan aşırı yoğunluğu önleyici ve gerektiğinde kısıtlayıcı uygulamalara yönelik düşüncelere katılma açısından yerel yönetimler&STK'nın, turizm işletmeleri, yerli ve yabancı turistler ve yerli halktan daha baskın olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu düşüncelere katılım açısından yerel yönetimler&STK'nın, turizm işletmelerinden daha baskın olduğu tespit edilmiştir. Yerel yönetimler ve STK'nın kar amacı gütmeyen kuruluşlar olduğunu varsayarsak, böyle bir sonucun ortaya çıkması oldukça doğaldır. Çünkü bu kuruluşlar açısından turizm faaliyetlerinin ekonomik getirilerinden ziyade, bu faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması öncelikli hedef olabilmektedir. Öte yandan taşıma kapasitesi sınırlanması, turizm faaliyetlerinin ekonomik etkilerini genellikle olumsuz yönde etkilemektedir. Başta turizm işletmeleri olmak üzere, yerel halkın

turizmden beklentileri diğer kurumlardan farklı olabilmektedir. Ayrıca turizm planlarını önceden yapan ve bunun için belli bir bütçe ve zaman külfetine katlanan turistler açısından da bu uygulama hoş karşılanmayabilir. Bu paydaş grupları açısından, bazen maddi ve ekonomik beklentiler, sürdürülebilirlik gibi diğer amaçların önüne geçebilmektedir. Dolayısıyla kar amacı gütmeyen yerel yönetimlerin ve STK'nın kültürel miras alanlarını taşıma kapasitesini aşan durumlarda aşırı ziyaretçi gelişini kısıtlayıcı önlemler alması, ekonomik beklenti içerisinde olan turizm işletmeleri, yerel halkı ve ziyaretçileri fazlasıyla rahatsız edebilmektedir. Ancak burada asıl olan kültürel değerlerin sürekliliğinin sağlanması olduğundan, yerel yönetimlerin kültürel miras alanlarının taşıma kapasitesini aşan durumlarda, ziyaretçi gelişlerini kısıtlaması ve hatta gerekirse tamamen önleyici uygulamalara başvurması, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği açısından bir zorunluluk olarak görülmektedir.

4.6. Sonuç ve Öneriler

Hayatın birçok alanında olduğu gibi, turizm kaynaklarının da ekonomik çıkarlar uğruna bilinçsizce tüketilmesi alışkanlığı, yerini başta kültürel ve çevresel değerler olmak üzere birçok konuda kaynakların korunmasını dikkate alan, sürdürülebilir bir dünya görüşüne bırakmaktadır. Her ne kadar ekonomik çıkarlarla uyum sağlanmasa da, çevresel hassasiyetlerin fazlaca dikkate alındığı bir dünyada “sürdürülebilirlik” kavramı her geçen gün daha fazla anlam kazanmaktadır (Doğan 2009: 187). Bu bağlamda turizm faaliyetlerinin çevre, sosyal hayat, ekonomik yapı vb. gibi süreçlere olumsuz etkilerini azaltma amacı, sürdürülebilir turizmin temelini oluşturmaktadır. Kültürel mirasın sürdürülebilirliği çalışmaları, gerçek anlamda oldukça emek gerektiren ve aynı zamanda ekonomik yönden külfetli olan uygulamalardır. Günlük yaşamla birlikte kültürel değerlerimizi göz ardı etmemek, onları doğanın ve insanın tahribatına terk etmemek ve koruma faaliyetlerini sadece gönül verenlere ve profesyonellere bırakmamak gerekmektedir. Bunu sağlamak için ise toplumun tüm yapı taşlarını bir çatı altında toplayan, kolaylaştırıcı ve teşvik edici bir kültürel miras yönetimi yapısının oluşması gerekmektedir. Ülkemizde bulunan kültürel miras alanlarının, katılımcı bir bakış açısıyla yeniden ele alınarak korunmasına ilişkin gerekli düzenlemelerin yapılması, bu alanların sürdürülebilir bir yapıya sahip olması ve gelecek nesillere en sağlıklı şekilde ulaştırılması adına atılması gereken en önemli adımlardan biri olarak görülmektedir. Bu amaç doğrultusunda tüm turizm paydaşlarını kapsayan bir kamu ve özel sektöre ilişkin yasal mevzuatın geliştirilmesi kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda, ülkemizin ve dünyanın en önemli hazinelerinden olan kültürel miras değerlerini etkin bir SKMY sürecine dâhil ederek, tüm turizm paydaşlarının katılımcı fikir ve işbirliği içerisinde hareket etmesini sağlamak, ülkemiz adına önemli bir gelişme olacaktır (Aygün, 2011: 209). Araştırmada da ayrıntılı olarak ele alındığı üzere SKMY'nin orta ve uzun vadeli plan ve programlarında, kültürel miras değerlerinin koruma ve kullanma biçimlerinin belirlenmesi, taşıma kapasitelerinin kontrol altında tutulması, bu alanlardaki çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanmasına

yönelik acil müdahale yöntem ve uygulamalarının belirlenmesi temel odak noktası olmalıdır.

“Yang’ın (2003) belirttiği gibi, tarihi dokuyu anlamak, kentin bileşenlerini araştırmak, incelemek, sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel açıdan korumayı sürekli ve dengeli kılmak eşitlik ve erişilebilirliği gözetmek gibi korumanın evrim geçiren kuralları vardır. Çağın olanakları göz önünde bulundurularak, korumada her düzeydeki katılımcının sorumluluğunun önemi hatırlanarak kültürel mirasın sürdürülebilirliği sürecinde herkes tarafından neler yapılabileceği yeniden gözden geçirilmelidir.” (Aygün, 2011: 211)

Türkiye coğrafyasını tam ortasında bulunan Konya, kendine has zengin kültürel ve tarihi mirası, doğal güzellikleri ve ulaşım kolaylığı gibi özellikleri nedeni ile ülkemizin önemli bir turistik çekim merkezidir. Geçmişten günümüze gelen farklı medeniyetlere ait kültürel değerlerin bir ahenk içinde yaşadığı Konya, gelecek nesillere taşınması gereken kültürel mirasıyla, ülke turizmi açısından önemli bir rol model olma potansiyeline sahiptir. Konya’nın sahip olduğu eşsiz kültürel miras değerleri ve doğal güzellikleri, şehri aynı zamanda kırılğan bir yapı içerisine taşımaktadır. Bu sebeple diğer turistik coğrafyalardan daha hassas ve kırılğan bir yapıya sahip olan Konya gibi kültürel merkezli şehirlerin, ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerin olumsuz etkilerinden korunabileceği, sürdürülebilir bir turizm yönetimi anlayışına daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar.

Bu kapsamda yapılan araştırmada ilk olarak, ikincil veriler yardımıyla literatür taraması yapılmış ve tezin altyapısı oluşturulmuştur. Daha sonra Konya turizminin yönetsel, sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla, turizm paydaşlarından elde edilen birincil veriler yardımıyla sürdürülebilir kültürel miras yönetiminin gerekleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında SKMY’ne yönelik paydaşların algısını ölçen birincil veriler başta anket çalışması olmak üzere, alanda yapılan gözlemler yardımıyla elde edilmiştir. Alan araştırmasında kullanılan kümede örnekleme yöntemi ve birincil kaynaklardan elde edilen veriler için kullanılan anket yöntemi, araştırmanın geçerlik

ve güvenilirlik yönüne katkı sağlamıştır. Kullanılan araştırma tekniklerinin tamamı istatistiksel açıdan yüksek düzeyde güvenilir çıkmıştır. Araştırmada birbirini destekleyen ve teyit eden kapsamlı sonuçlar elde edilmiştir. Elde edilen bulgular, kullanılan araştırma teknikleri içinde birbirini destekler niteliktedir.

Bu araştırmada, Konya'daki kültürel miras turizminin gelişmesinin ivme kazandığı, ancak bu alanda sürdürülebilir bir yönetimsel yaklaşımının uygulanmadığı sonucuna varılmıştır. Bulgular, paydaşların tamamının sürdürülebilirlik konularındaki algılarının yüksek olduğunu, fakat sürdürülebilir kültürel miras yönetimi uygulamalarındaki tutumlarının aynı oranda olmadığını ortaya koymaktadır. Bunun nedeni, paydaşların sosyo-ekonomik beklentilerinin birbirinden farklı olması ve bu durumun farkındalığın önüne bir set oluşturmasıdır. Buna paralel olarak, Konya'nın turizmde söz sahibi olması gereken tüm paydaşların, kültürel miras yönetimi sürecine yeterli düzeyde katılmadıkları görülmektedir. Aslında Konya'nın tüm turizm paydaşlarının kültürel miras yönetimi adına ortak bir vizyonda birleştikleri, fakat tarafların görüşlerini ortaya koyabilecekleri ve paylaşabilecekleri ortak bir zemin çalışmasının eksik olduğu dikkati çekmektedir. Konya'nın turizm gelişiminin hızlı, fakat plansız olduğu göze çarpmaktadır. Öncelikle turizm yoğunluğunun yılın belli dönemlerinde belirli kültürel etkinliklere, ekonomik ve spor faaliyetlerine bağlı olduğu görülmektedir. Konya'da, turizmin altyapı ve üstyapı olanakları bakımından birbirinden farklı, dengesiz gelişmeler göze çarpmaktadır. Örneğin artan turizm talebi dönemlerinde, şehir yeterli konaklama imkânlarına sahip iken, şehir içerisindeki alternatif ulaşım imkânlarının ve turistlerin vakit geçirebilecekleri alışveriş, yiyecek-içecek ve rekreatif faaliyetler konusunda eksiklerin olduğu görülmektedir. Ayrıca Konya'nın taşra ilçelerinde bulunan kültürel zenginliklere ulaşım açısından, şehiriçi ve ilçeler arası ulaşım bağlantıları konularında eksiklikler göze çarpmaktadır.

Araştırmada ortaya çıkan önemli sonuçlardan bir tanesi de, yerel yönetimlerin Konya'nın kültürel mirasının yönetimi konusunda orta veya uzun vadeli stratejik planlarının yetersiz olmasıdır. Plansız yönetim eylemleri, artan turizm hareketliliği ile birlikte kültürel miras alanlarında hızlı bir yıpranmayı da beraberinde

getirmektedir. Bu anlamda hazırlanacak olan plan ve stratejiler Konya'nın orta ve uzun vadede kültür turizmi alanında olmak istediği yeri ve bu hedefe dönük eylemleri uygulamaya koymak açısından önem arz etmektedir. Bulgular, Konya'da daha çok iç turizm ve yerli turist odaklı kültür turizminin yaygın olduğunu göstermektedir. Bu nedenle turizm paydaşlarının hazırlayacakları plan ve stratejilerde, kültür turizmini yılın tüm aylarına yayacak şekilde çözüm önerileri sunması gerekmektedir. Bunu sağlarken aşırı ziyaretlerin olduğu dönemlerde ortaya çıkan riskleri ve olumsuz etkileri en aza indiren önlemler almaları gerekmektedir. Ayrıca Konya'daki gerek merkez bölgelerdeki halkın gerekse taşra bölgelerindeki halkın, özellikle yabancı turistler ile iletişiminde bir takım engellerin ve ön yargıların olduğu görülmektedir. Bu durum sağlıklı kültürel etkileşimi olumsuz yönde etkilemektedir. Bir diğer önemli konu ise, Konya'nın birçok bölgesinde henüz turizme kazandırılmamış bakir kültürel miras alanlarını bulunmasıdır. Her ne kadar bu kültürel miras değerleri bakir olsada, bakımsızlıktan ve maddi imkânsızlıklardan dolayı oldukça perişan durumdadır. Son olarak, paydaşların "Konya'nın İmajı" ile ilgili konuda birbirleriyle uyumlu oldukları, Konya'yı zengin kültürel mirasa sahip, sakin ve huzurlu bir destinasyon olarak tanımlamaktadırlar. Konya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerinde, tercih sebepleri olarak benzer kriterler karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla paydaşların imaj algısı ile Konya'yı ziyaret eden tursitlerin tercih nedenleri arasında bir uyum söz konusudur. Bu durum ise, Konya'nın SKMY ihtiyaç ve beklentisinin, orta ve uzun vadede tüm paydaşların beklenti ve algılamaları ile uyumlu olduğunu bizlere göstermektedir.

Yukarıda bahsedilen hususlar çerçevesinde, araştırmanın Konya'nın SKMY'ne yönelik önerileri şu şekilde sıralanabilir:

- Öncelikle, Konya'daki turizm faaliyetlerinden etkilenen tüm paydaşların, kültürel miras yönetimi sürecine dâhil olmaları ve şehrin turizm gelişiminde söz sahibi olarak, bir işbirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu anlamda, yerel yönetimlerin daha sorumlu davranarak, sürdürülebilirlik çalışmalarında tüm paydaşların bütünleşmesini özümseyen öncü çalışmalar yapmaları gerekmektedir.

- Konya’da tüm turizm paydaşlarının katılımı ile gerçekleştirilecek bir kültürel miras eylem planlarının oluşturulması gerekmektedir. Kamu idaresinin yanısıra, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, yerli-yabancı turistler, yerli halk ve turizm dışındaki özel sektörün de Konya’daki kültürel miras alanlarının yönetim sürecine ve ihyasına katılımının sağlanmasına yönelik yenilikçi fikirler geliştirilmelidir. Sürekli ve dengeli gelişmeye dayalı orta ve uzun vadeli bir kültürel miras yönetim modeli oluşturulması için gerekli yasal düzenlemeler ve stratejik planlar oluşturulmalıdır (Aygün, 2011: 204).

- Oluşturulan kültürel miras yönetiminin sürekliliğinin sağlanabilmesi için orta ve uzun vadeli planlama çalışmalarının ivedilikle yapılması ve buna bağlı olarak Konya’nın kültürel miras alanlarının tek tek taşıma kapasitelerinin belirlenmesi gerekmektedir. Hazırlanan kültürel miras yönetim planlarına uygun olarak sürdürülebilirliğin sağlanması adına etik kurallar, kriterler, standartlar, temel tanımlar, hedef ve ilkelerin bir an önce hazırlanması gerekmektedir.

- Konya’nın farklı ilçelerindeki çeşitli kültürel miras değerlerinin turizme kazandırılmasıyla, belirli noktalarındaki ziyaretçi yoğunluğunun dengeli bir şekilde dağılımı sağlanmalıdır. Böylelikle, şehrin kültür turizminin sürekli ve dengeli büyümesi sağlanabilir.

- Kültürel miras alanlarındaki fiziki altyapı ve üst yapının, çeşitli fon mekanizmalarından sağlanacak finansman olanakları ile gerçekleştirilmesi ve mevcutların iyileştirilmesi gerekmektedir. Özellikle koruyucu faaliyetlerde, geleneksel yapı teknikleri ve mimari tarza sadık kalınmalıdır.

- Konya’daki kültürel turizm faaliyetlerinin yılın belli sezonlarına yığılması sebebiyle kaynaklanan yönetsel, sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel olumsuzlukları azaltacak sürdürülebilir uygulamalar hayata geçirilmelidir. Uygulamalar hayata geçirilmeden önce tüm paydaşların çıkarlarının gözetilmesi ve tarafların benimsemesi kritik önem taşımaktadır. Kültürel miras değerlerinden ve

kültür turizminden elde edilen gelirlerin büyük bir kısmının, yine bu alanlarda değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

- Belirli turist tiplerine bağlılığı azaltmak adına, kültürel miras alanlarında farklı turizm türlerinin ve etkinliklerinin zenginleştirilmesi, özellikle ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önem arz etmektedir. Bu süreçteki fon sıkıntısının giderilmesinde, kültür turizminin fayda sağladığı diğer sektörlerin de kaynak temini oluşturması gerekmektedir.

- Kültürel miras alanlarındaki yerel halkın çeşitli eğitim ve seminerlerle bilinçlendirilmesi, yerli ve yabancı turistlere yönelik yaklaşımlarının iyileştirilmesi ve sağlıklı kültürel etkileşimin sağlanması için çalışmalar yapılmalıdır. Sürdürülebilirliği ve korumayı yasaklarla sağlamak yerine, duyarlılığı teşvik ederek kalıcı hale getirilmesi gerekmektedir.

- Konya'daki mevcut turizme kazandırılmış kültürel miras alanları ile turizm açısından potansiyel arz eden yeni alanların, gelecekteki muhtemel rant tehlikelerine karşı, gerekli kanun ve yönetmelik çalışmaları ile korunması gerekmektedir. Bu kanun ve yönetmeliklerin çıkarılmasında, kişilerin veya kurumların çıkarları değil, kamunun yararı ve yasalara uygunluk gözetilmelidir.

- SKMY'nin sağlanması adına bilgi ve farkındalığın oluşması bakımından, toplumun her düzeyinde eğitimler, bilgilendirme toplantıları ve danışmanlık hizmetleri verilmelidir. Bu anlamda tüm paydaşların bilinçlenmesi ve katılımlarının sağlanması açısından yerel, bölgesel ve ulusal medya araçlarının katkı sağlaması gerekmektedir.

- Konya için en kısa zamanda, dünyadaki seçkin örnekler de rol model olarak seçilerek, kültürel miras yönetiminin akılcı modelleri uygulamaya konulmalıdır. Bu nedenle turizm otoritelerinin, uluslararası bilgi ve tecrübelerin yorumlanmasına ve paylaşılmasına açık, toplumla bütünleşen bir yapıda olması gerekmektedir.

Benzer Araştırmalar Açısından neriler

Bu araştırma Konya'ya özgü koşullar, sorunsallar ve veriler perpektifinde yapılmıştır. Araştırma, Konya'daki turizm paydaşlarından bazı gruplar ile yapılan işbirliği neticesinde yürütülmüştür. Dolayısıyla lkemizdeki ve dünyanın herhangi bir bölgesindeki daha geniş paydaş grupları ile yapılacak olan araştırmalarda, farklı sonuçları ve çözüm önerilerini görmek mümkün olacaktır. Özellikle lkemizin farklı bölgelerinde yapılacak olan benzer araştırmalar neticesinde, Türkiye adına ortak bir SKMY modeli oluşturulabilir. Ayrıca belirli bölgelerdeki kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik, acil eylem planları da dâhil olmak üzere, kısa, orta ve uzun vadeli stratejik yönetim modellerini araştıran akademik araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aas, C., Ladkin, A. and Fletcher, J. (2005). **Stakeholder Collaboration and Heritage Management. Annals of Tourism Research**, 32 (1), 28–48.
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2005). **İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları** (2. Baskı), Ankara: Emek Ofset.
- Aksoy, A. vd. (2012). **Kültürel Miras Yönetimi**, 1. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- Akova, O. (2006). **Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma**, Akademik İncelemeler Dergisi, 2 (1), 1-34.
- Alpar, R. (2010). **Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik Güvenirlik**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altanlar, A. ve Akıncı Kesim, G. (2011). **Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma: Akçakoca Örneği**, Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, 3 (2), 1-20.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, (SPSS Uygulamalı)** (7. Baskı), Sakarya Yayıncılık: Sakarya.
- Alzua, A., O’Leary, J.T. and Morrison, A. (1998). **Cultural and Heritage Tourism**, Journal of Tourism Studies, 9 (2), 2-13.
- Ashworth, G. J., and Tunbridge, J.E. (1994). **The Tourist-Historic City, Retrospect and Prospect of Managing The Heritage City**, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Ashworth, G. J. (2000). **Heritage, Tourism And Places: A Review**. Tourism Recreation Research, 25 (1), 19-29.
- Avcıkurt, C. (2009). **Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım** (3. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avrami, E., Mason, R. and De La Torre, M. (2000). **Values and Heritage Conservation**. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Aygün, H. M., (2011). **Kültürel Mirası Korumada Katılımcılık**, Vakıflar Dergisi, 35, 191-213.

- Bachlaitner, R. and Zins, A. H. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective**, Journal of Business Research, 44, 199-209.
- Bahçe, A. Sadık (2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25, 1-12.
- Bansal, P. (2005). Evolving Sustainably: A Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development**, Strategic Management Journal, 26, 197-218.
- Başoda, A. (2017). Çalışanların Hizmet Odaklılığının İşe Tutkunluk Üzerindeki Etkisi: Turizm İşletmelerinde Görgül Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Beeho, A. J. and Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing The Experiences of Heritage Tourists: A Case Study of New Lanark World Heritage Village**, Tourism Management, 18 (2), 75-87.
- Belekoğlu, Selman (2008). Sağlık Turizmi İçin Geç Kalmayalım Yapılacak Çok Şey Var**, Konyalife Dergisi, 17, 52.
- Bilim, Y. ve Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya'da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri, 1. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Bildiriler Kitabı, UNİKOP, Konya.**
- Bonn, M. A., Joseph-Mathews, S. M., Dai, M., Hayes, S. and Cave, J. (2007). Heritage/Cultural Attraction Atmospherics: Creating The Right Environment For The Heritage/Cultural Visitor**. Journal of Travel Research, 45 (3), 345-354.
- Brohman, John (1996). New Directions in Tourism For Third World Development**, Annals of Tourism Research, 23 (1), 48-68.
- Brundtland Report (1987). Development And International Economic Co-Operation: Environment, Report of the World Commission on Environment and Development**, 4 August 1987, A/42/427, Gro Harlem Brundtland, Oslo-Norway, 1-187.
- Bryman, A. ve Cramer, D. (1997). Quantitative Data Analysis With SPSS For Windows**. Routledge, London and New York.
- Buhalis, D. and Costa, C. (2006). Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools**, Routledge, London.
- Burns, Peter M. (2005). An Introduction to Tourism and Anthropology**, New York: Roudledge.

- Butler, R.W. (1999). Sustainable Tourism - A State Of The Art Review**, Tourism Geographies, (1), 7-25.
- Büyüköztürk, Ş. (2003). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**. Ankara: Pegem Akademi.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E. and Dronberger, M. G. (2008). Comparisons of Stakeholder Perceptions of Tourism Impacts in Rural Eastern North Carolina**, Tourism Management, 30 (2009), 693-703.
- Can, A. (2016). SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi**, 4. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Can, M. D. (2008). Sürdürülebilir Turizm ve Turizm Çeşitliliği Kapsamında Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri: Mersin-Tarsus Örneği**, Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Cantimur, B. B. (2011). Tarihi Kentlerin Canlandırılmasına Yönelik Sürdürülebilir Yönetim Stratejileri: Balıkesir-Ayvalık Örneği**, Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Carman, J., Cooper, M. A., Firth, A., and Wheatley, D. (1995). Introduction: Archaeological Management**, In : MA Cooper, A. Firth, J. Carman and D. Wheatley (eds) Managing Archaeology. London: Routledge, 1-16.
- Carman, J. (2002). The Value Debate in Archaeology**. In: J. Carman (ed) Archaeology and Heritage, London: Continuum, 148-186.
- Carver, M. (1996). On Archaeological Value**. Antiquity, 70, 45-56.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (1), 19-37.
- Churchill, G. A. and Iacobucci, D. (2002). Marketing Research: Methodological Foundations** (8th ed.), Forth Worth: TX: Horcour.
- Clark, K. (2006). From Significance to Sustainability**. In: K. Clark (ed.) Capturing The Public Value of Heritage. Swindon: English Heritage, 59-60.
- Cleere, H. (2000). Archaeological Heritage Management in The Modern World**. London: Routledge.
- Cunliffe, S. (2006). Tourism and Cultural Risk Management**. In: N. Agnew And J. Bridgland (eds) Of The Past, For The Future: Integrating Archaeology and Conservation. Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 194-198

- Çakır, Mustafa ve diğeri (2011). Kültürel Miras Yönetimi, 2. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.**
- Çokişler, Nazım, Arslan, Aytuğ ve Çokişler, Elvan (2016). Silahlı Çatışmaların Somut Kültürel Miras Üzerindeki Etkilerinin Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24, 15-25.**
- Çömlekçi, N. (2001). Bilimsel Araştırma Yöntemi ve İstatistiksel Anlamlılık Sınamaları, Ankara: Bilim Teknik Yayınevi.**
- Dede, O. M. ve Güremen, L. (2010). Yerel Yönetimlerin Turizm Sektörü İçindeki Önemi Roller ve Görevleri, Çağdaş Yerel Yönetimler, 19 (4), 47-61.**
- Demir, Cengiz. ve Çevirgen, Aydın. (2006). Turizm ve Çevre Yönetimi. 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.**
- Demirel, Hilal (2010). Turizmde Sürdürülebilirlik, Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.**
- De la Torre, M. (1995). The Archaeological Heritage in the Mediterranean Region. In: M. De la Torre (ed), The Conservation of Archaeological Sites in The Mediterranean Region. Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 5-14.**
- Doğan, Mustafa (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi Bağlamında Adalar: Bozcada Üzerine Bir Model Önerisi, Doktora Tezi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.**
- Doğaner, Suna (2003). Miras Turizminin Coğrafi Kaynakları ve Korunması, Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2, Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 16-18 Nisan, İzmir, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1-8.**
- Donaldson, T. and Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidence, and Implications, The Academy of Management Review, 20 (1), 65-91.**
- Edwards, J.A. and Llurdes, J.C. (1996). Mines And Quarries: Industrial Heritage Tourism. Annals of Tourism Research, 23 (2), 341-363.**
- Ekin, Y. ve Ören, V. E. (2012). Turizm Paydaşlarının Turizm Deneyiminden Tatmin Düzeyleri ve Turizme Yönelik Genel Tutumları Üzerine Betimleyici Bir Araştırma: Antalya Örneği, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5 (1), 133-148.**

- El Barazi (2009). Cultural Heritage Management and The Impact of Tourism: The Case of Tripoli.** A Thesis Submitted To The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara.
- Ertürk, Eylem (2011). Yerel Kültür Politikaları El Kitabı: Adımlar, Araçlar ve Örnekler,** İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Europe 2020 Strategy, (2010). A Strategy for Smart, Sustainable And Inclusive Growth, European Commission, 3.3.2010, Brussels-Belgium, 1-35.**
- Garrod, B., and Fyall, A. (2001). Heritage Tourism: A Question of Definition,** Tourism Research, 28 (4), 1049-1052.
- Getz, D. (1994). Residents' Attitudes Toward Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley, Scotland,** Tourism Management, 15 (4), 247-258.
- Ghasemi, Moslem and Hamzah, Amran (2014). An Investigation Of The Appropriateness Of Tourism Development Paradigms In Rural Areas From Main Tourism Stakeholders' Point Of View,** Procedia - Social and Behavioral Sciences, 144, 15 – 24.
- Gökçe, B. (1988). Toplumsal Bilimlerde Araştırma,** Ankara: Savaş Yayınları.
- Gunn, C. A. (1988). Tourism Planning,** New York, Crane Russak.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tahtam, R. L. and Black, W. C. (1998). Multivariate Data Analysis (5th ed.),** New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Harman, Serhat (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme,** Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (26), 343-360.
- Hall, M. and McArthur, S. (1996). Heritage Management in Australia and New Zealand Melbourne:** Oxford University Press.
- Hang, Kong Weng (2010). Development of A Structural Model For Quality Cultural Heritage Tourism,** PhD Thesis, Nottingham Trent University, Philosophy Department, England.
- Holden, A., and Mason, P. (2005). Special Issue: NGOs And Sustainable Tourism.** Journal of Sustainable Tourism, 13, 421-519.
- Hunter, Colin (2002). Sustainable Tourism And The Touristic Ecological Footprint,** Environment, Development And Sustainability, 4 (1), 7-20.
- İSMEB, (2014). Kültürel Mirasın Korunması,** İSMEB Rehber Kitaplar 6. Sayı, İstanbul: Beyaz Gemi Sosyal Proje Ajansı.

- Kolb, M. B. (2000). Marketing Cultural Organisation**, Dublin: Oak Tree Press.
- Kozak, M. (2014). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kerimoğlu, E. ve Çıracı, H. (2006). İstanbul'da Uluslararası Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyleri**, İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 5 (1), 35-46.
- Kerr, J. (1999). Opening Address: The Conservation Plan**. In: K. Clark (ed) Conservation Plans in Action: Proceedings of The Oxford Conference. London: English Heritage, 9-19.
- Kerstetter, D.L., Confer, J.J. and Graefe, A.R. (2001). An Exploration of The Specialization Concept Within The Context of Heritage Tourism**. Journal Of Travel Research, 39 (3), 267-274.
- Kılıç, İ. ve Pelit, E. (2004). Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma**, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 15 (2), 113-124.
- Klamer, A. (2004). Cultural Goods Are Good for More Than Their Economic Value**. In: V. Rao and M. Walton (eds) Culture and Public Action, Stanford: Stanford University Press, 138-162.
- Konya Ticaret Odası (2008). Turizm Sektör Raporu: Sektörel Çalışma-7**, Etüd Araştırma Servisi, Ağustos, Konya.
- Konya Valiliği (2014). Kültür, Turizm ve Tanıtım Sektörü Raporu**, Sektör Çalışmaları No: 1, Mart, Konya
- Lau, Marisa (2010). Creating Convergence in Cultural Heritage Management and Sustainable Tourism Development: Case Study of Bergama, Turkey**, Master's Thesis, Koç University Graduate School of Social Sciences and Humanities, Istanbul.
- Light, D., Prentice, C., Ashworth, G. J. and Larkham, J. (1994). Who Consumers The Heritage Product? Implications For European Tourism**. In G.J. Ashworth. & J. Larkham. (Eds.), Building New Heritage: Tourism, Culture And Identity In The New Europe, London: Routledge.
- Lipe, W, (1984). Value And Meaning in Cultural Resources**. In: H Cleere (Ed) Approaches to The Archaeological Heritage. Cambridge, 1-11.
- Liu, Zhenhua (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique**, Journal of Sustainable Tourism 11: 459-475.

- Liwiataros, Konstantina (2007). The Competitive Advantage Strategy in Cultural Heritage Management: The Case-Study of The Mani Area in The Southern Peloponnese, Greece, PhD Thesis, The University of London Philosophy Department, England.**
- Lowenthal, David (2000). Stewarding The Past in A Perplexing Present. Values And Heritage Conservation: Research Report, Ed. Erica Avrami, Randall Mason, Marta De La Torre, Los Angeles: Getty Conservation Institute.**
- Maç, Nazlı (2006). Alternatif Turizm Potansiyeli ve Konya, Konya Ticaret Odası Etüd-Araştırma Servisi Bilgi Raporu, Konya.**
- Makopondo, O. B. Richard (2002). Collaborative Recreation and Tourism Planning Within A National Park Context: The Process, Stakeholder Identification, and Expected Outcomes, Proceedings of the 2002 Northeastern Recreation Research Symposium, 201-207.**
- Mancı, Ali Rıza ve Aydoğdu, Mustafa Hakkı (2014). Şanlıurfa'yı Ziyaret Eden Yabancı Turist Profili ve Kültürel Miras Algılamaları, The Journal of Academic Social Science Studies, 27, 91-107.**
- Martin, B.S., Bridges, W.C. and, W. (2004). Research Note: Are Cultural Heritage Visitors Really Different From Other Visitors?, Tourism Analysis, 9 (1/2), 129-134.**
- Mason, R. (2002). Assessing Values in Conservation Planning: Methodological Issues and Choices, In: M. De la Torre (ed), Assessing the Values of Cultural Heritage, Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 5-30.**
- Mason, R. and Avrami, E. (2002). Heritage Values and Challenges of Conservation Planning, In: J. M. Teutonico and G. Palumbo (eds) Management Planning for Archaeological Sites, Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 13-26.**
- McKercher, B. and Du Cross, H. (2002). Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, New York: Haworth Hospitality Press.**
- Mercan, Şefik Orhan (2010). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.**
- Millar, S. (1989). Heritage Management For Heritage Tourism, Tourism Management, March, 9-14.**

- Mowforth, Martin and Ian Munt (1998). Tourism And Sustainability: New Tourism in The Third World, London: Routledge.**
- Munjeri, D. (1998). Non-Monumental Heritage: The Cornerstone of African Cultural Heritage.** Proceeding for African Cultural Heritage and The World Heritage Convention, Porto-Novo Benin.
- Nakip, M. (2013). Pazarlamada Araştırma Teknikleri, 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.**
- Naturoopa (2002). The European Landscape Convention, No: 98.**
- Nicholas, L. N., Thapa B. and Yong, J. K. (2009). Residents' Perspectives of a World Heritage Site, Annals of Tourism Research, 36(3), 390-412.**
- Nuryanti, W. (1996). Heritage And Post-Modern Tourism, Annals of Tourism Research, 23, 249-260.**
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli İlçe Merkezi Örneği, Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, 4(1), 37-51.**
- Omar, Hamimi (2013). The Development Of Sustainable Cultural Heritage Tourism In Malaysia: Implication For Planning And Management, PhD Thesis, Newcastle University Philosophy Department, England.**
- Omar, S. I., Muhibudin, M., Yusof, I., Sukiman, M. F. ve Mohamed, B. (2013). George Town, Penang as a World Heritage Site: The Stakeholders' Perceptions, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 91, 88-96.**
- Orbasli, A. (2000). Tourists in Historic Towns, London: E & FN Spon.**
- Oxford English Dictionary (1999). Oxford, Oxford University Press.**
- Özaltın Türker, Gülay ve Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği, Electronic Journal of Vocational Colleges, May/2014, 81-98.**
- Özdamar, K. (2015). Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi, Cilt 1, 10. Baskı, Ankara: Nisan Kitabevi.**
- Özdamar, K. (2013). Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi, Cilt 2, 9. Baskı, Ankara: Nisan Kitabevi.**
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm Ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği, Marmara Coğrafya Dergisi, 24, 1-25.**

- Özdemir, G. (2014). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması (1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.**
- Palumbo, G. (2002). Threats And Challenges To The Archaeological Heritage In The Mediterranean.** In: J. M. Teutonico and G. Palumbo (eds), Management Planning For Archaeological Sites. Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 3-12.
- Pearson, M. and Sullivan, S. (1995). Looking After Heritage Places. The Basics of Heritage Planning for Managers, Landowners and Administrators,** Melbourne: Melbourne University Press.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Lee, J. and Podsakoff, N. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of The Literature and Recommended Remedies,** Journal of Applied Psychology, 88, 879-903.
- Poria, Y., Butler, R. and Airey, D. (2001). Clarifying Heritage Tourism,** Annals of Tourism Research, 28, 1047-1049.
- Prentice, R. (1993). Tourism and Heritage Attraction,** London, Routledge.
- Prentice, R. (1993). Heritage: A Key Sector of The New‘ Tourism. Progress In Tourism,** Recreation And Hospitality Management, 5, 309-324.
- Renfrew, C. and Bahn, P. (2001). Archaeology,** London: Thames and Hudson.
- Riegl, A. (1996). The Modern Cult of Monuments: Its Essence and its Development,** In: N. Stanley Price, M. Kirby Talley Jr. and A. Melucco Vaccaro (eds), Historical and Philosophical Issues in the Conservation of Cultural Heritage, Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 69-83.
- Russo, A.P. and Van Der Borg, J. (2002). Planning Considerations For Cultural Tourism: A Case Study of Four European Cities.** Tourism Management, 23 (6), 631-637.
- Saçlı, Ç. (2016). Destinasyon Tercihinde Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Kültür Turisti Tipolojisi Açısından Önemi: Konya Örneği,** Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Selin, S. and Chavez D. (1995). Developing an Evolutionary Tourism Partnership Model.** Annals of Tourism Research, 22 (4), 844-856.
- Selvi, M. S. ve Şahin, S. (2012). Yerel Yönetimler Perspektifinden Sürdürülebilir Turizm: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği,** Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2 (2), 23-36.

- Sezgin, Mete (2002). Konya Yöresinde Alternatif Turizm Potansiyeli ve Yapılabilir Turistik Yatırım Projeleri Üzerine Bir Değerlendirme.** (Editör: Yusuf Küçükdağ), İpek Yolu Konya Ticaret Odası Dergisi, Özel Sayı, 284-285.
- Sezgin, Mete (2002). Turistik Konya, Turizm, Turistik Yatırımlar ve Sayısal Verilerle Konya,** (1.Baskı), Desen Matbaası: Konya.
- Sezgin, Mete ve Abdullah Karaman (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması,** Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19, 429-437.
- Shanks, M. ve Tilley, C. (1992). Re-Constructing Archaeology,** London: Routledge.
- Smith, L. (2004). Archaeological Theory and The Politics of Cultural Heritage.** London: Routledge.
- Solmaz, Cansu (2014). Yerel Halkın Bölge Turizmine Bakış Açısının Belirlenmesi: Burdur'da Bir Araştırma,** Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (10), 91-105.
- Stronza, A. (2001). Anthropology of Tourism: Forging New Ground For Ecotourism and Other Alternatives,** Annual Review of Anthropology, 30, 261-283.
- Sullivan, S. ve Bowdler, S. (1984). Site Surveys And Significance Assessment in Australian Archaeology,** Canberra: Department of Prehistory, Research School of Pacific Studies, The Australian National University, 1-49.
- Swarbrooke, J. (1994). The Future of The Past: Heritage Tourism in the 21st Century.** In A.V. Seaton (Ed.), Tourism The State of The Art, Chichester: John Wiley, 222-229.
- Swarbrooke, J. (1995). The Development And Management of Visitor Attractions.** Oxford, England: Butterworth Heinemann.
- Şencan, H. (2005). Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik.** Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi,** Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (9), 473-492.
- Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2004). Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı,** Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 1-17.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013**, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Thiaw, I. (1998). Cultural Landscapes And Nature-Culture Links in Africa.** Proceedings For African Cultural Heritage And The World Heritage Convention, Porto-Novo Benin.
- Tomlinson, J. (1991). Production And Consumption of European Cultural Tourism**, Annals of Tourism Research, 23 (2), 261-283.
- Tourism and Local Agenda 21 (2003). The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism**, United Nations Publication.
- Türker, N., Selçuk, Ş., Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği**, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (1), 1-13.
- Ucko, P. (1989). Foreword.** In: R. Layton, **Who needs the past?** London: Routledge.
- Ulusan, Yeliz ve Batman, Orhan (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23, 243-260.
- UNESCO, (1972). Convention Concerning The Protection of The World Cultural And Natural Heritage**, 17. Session, 16 November, Paris.
- UNESCO, (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi**, 32. Oturum, 17 Ekim, Paris.
- Ünver, E. (2006). Sustainability of Cultural Heritage Management: Keklik Street and Its Surrounding Conservation and Development Project**, Master's Thesis, The Graduate School of Natural And Applied Sciences of Middle East Technical University, Ankara.
- Varnacı, U. F. ve Somuncu, M. (2011). Kültürel Peyzajın Korunması ve Turizm İlişkisi Bağlamında Yerel Halkın Görüşleri: Ihlara Vadisi Örneği**, Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 3(2), 21-36.
- Vecco, Marilena (2010). A Definition of Cultural Heritage: From The Tangible to The İntangible**, Journal of Cultural Heritage, 11, 321-324.
- Vezir Araştırma Danışmanlık (2011). Tr 52 Düzey 2 (Mevka) Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı**, Ağustos, Konya.

- Vijayah, A.T. (2011). **Digitizing Worldviews İntangible Cultural Heritage**, Fourth World Journal, 10 (2), 31-57.
- World Tourism Organisation (1999). **Tourism Satellite Account (Tsa): The Conceptual Framework**, Madrid: World Tourism Organisation.
- Wurster, W. (2006). **Maya Cities and Tourism**. In: N. Agnew and J. Bridgland (eds) Of The Past, For The Future: Integrating Archaeology and Conservation Los Angeles: The Getty Conservation Institute, 191-193.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, 3. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Yıldırım, İ. (2004). **Demokrasi Sivil Toplum Kuruluşları ve Yönetişim**, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, Sevcin (2011). **Kültürel Miras Alan Yönetimi Kapsamında Alanya Kalesi Ziyaretçi Yönetimi**, Doktora Tezi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yurtseven, H. R. ve Dönmez Polat, D. (2004). **Environmental Sensibility: The Comparative Research Between The Local Community and Managers of The Hospitality Industry in Gokceada (Imbros)**, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 15 (1), 57-68.
- Yurtseven, Hüseyin Rıdvan (2006). **Slow Food Hareketi ve Hizmet Odaklı Destinasyon Yönetimi**, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 127-134.
- Zeppel, H., and Hall, C.M. (1991). **Selling Art And History: Cultural Heritage And Tourism**, Journal of Tourism Studies, 2 (1), 29-45.

İnternet Veri Kaynakları

T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2016). **Kültür**, <https://www.kultur.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 22.07.2016).

Türk Dil Kurumu, (2016). **Genel Türkçe Sözlük**, <http://www.tdk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 22.07.2016)

<http://www.icomos.org.tr/?Sayfa=Tuzukler1&dil=tr>, Erişim Tarihi: 27.07.2016

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072, Erişim Tarihi: 05.08.2016

<http://www.icomos.org/en/charters-and-texts/179>, Erişim Tarihi: 10.12.2016

<http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>, Erişim Tarihi: 10.12.2016

<http://www.coe.int/T/E/CulturalCooperation/Heritage/Resources/CodeArcheo.asp>,
Erişim Tarihi: 11.12.2016

http://www.icomos.org/charters/burra1999_fre.pdf, Erişim Tarihi: 11.12.2016

<http://www.icomos.org/en/charters/tourisme.htm>, Erişim Tarihi: 12.12.2016

http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, Erişim Tarihi: 12.12.2016

http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, Erişim Tarihi: 12.12.2016

<http://www.icomos.org/charters/charters.pdf>, Erişim Tarihi: 17.12.2016

http://australia.icomos.org/wp-content/uploads/BURRA_CHARTER.pdf, Erişim
Tarihi: 17.12.2016

<http://whc.unesco.org/archive/2010/whc10-34com-20e.pdf>, Erişim Tarihi:
19.12.2016

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21553>, Erişim Tarihi: 24.12.2016

http://www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa, Erişim Tarihi, 01.01.2017

<http://konya.gov.tr/genel-bilgiler-tarihi>, Erişim Tarihi: 14.02.2017

http://konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=1, Erişim Tarihi:
14.02.2017

<http://konya.com.tr/genel-bilgiler/>, Erişim Tarihi: 21.02.2017

<http://dosim.kulturturizm.gov.tr/muzeler>, Erişim Tarihi: 22.02.2017

<http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx>, Erişim Tarihi: 24.02.2017

<http://www.tcdd.gov.tr/files/istatistik/sector2012.pdf>, Erişim Tarihi: 25.02.2017

<http://konyaarastirmalari.blogspot.com.tr/2012/06/konya-kulturel-etkinliklerin-takvimi.html>, Erişim Tarihi: 25.02.2017

http://testsite.kultur.gov.tr/ktmcorum/TR_22490/konya.html, Erişim Tarihi:
25.02.2017

<http://konya.ormansu.gov.tr/8bolge/Files/KONYA%20%20DO%20%20C4%9EA%20TUR%20%20C4%B0ZM%20%20C4%B0%20MASTER%20PLANI%201.pdf>, Erişim Tarihi: 26.02.2017

https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/managing_change_vl_opt.pdf, Erişim Tarihi: 29.03.2017



EKLER

EK-1. SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜREL MİRAS YÖNETİMİ ANKET FORMU

Sayın Katılımcı; size sunulan bu anket, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde "Kültürel Miras Yönetiminde Sürdürülebilirlik: Konya Turizm Paydaşlarına Yönelik Bir Araştırma" başlıklı doktora tezi için hazırlanmış olup, tamamen bilimsel araştırma niteliğindedir. Bu ankette yer alan sorulara vereceğiniz cevaplar, bilimsel ahlaka uygun ve gizlilik ilkesine bağlı kalınarak sadece araştırmacı tarafından değerlendirilecektir. Sizden kesinlikle şahsınıza ait kimlik bilgisi istenmemektedir. Yapılacak olan analizlerin anlamlı çıkması ve verilerin doğruluğu açısından sorulara içtenlikle cevap vermenizi ve hiçbir soruyu boş bırakmamanızı önemle rica ederim. Değerli katılımlarınız için teşekkür ederim. (Öğr. Gör. Fatih VAROL)

Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi		Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1	Konya'nın kültürel mirası için yerel halk, işletmeciler ve yerel yönetim birimlerinin katılacağı ortak bir yönetim modeli uygulanmalıdır.					
2	Konya halkı ve turizm işletmelerinin kültürel miras ile ilgili kararlara katılımı artırılmalıdır.					
3	Konya'daki yerel yönetim birimleri, krizlere karşı hazırlıklı olmalıdır.					
4	Konya kültürel mirasını tanıtıcı tüm materyallerde sürdürülebilirliği dikkate alan bilgilere yer verilmelidir.					
5	Konya'da doğal ve kültürel mirasın korunması amacıyla yasal düzenleme ve kurallar olmalıdır.					
6	Küresel iklim değişikliğinin olası etkilerine karşı, Konya kültürel mirası için uygun önlemler alınmalıdır.					

7	Konya kültürel miras değerleri için sürdürülebilir bir turizm planı ve stratejisi belirlenmelidir.					
8	Kültürel miras alanlarına aşırı ziyaretçi gelişini, (taşıma kapasitesine aşan) önleyici uygulamalar yapılmalıdır.					
9	Aşırı yoğunluk zamanlarında (Taşıma kapasitesini aşan durumlarda), gerekirse kültürel miras alanlarına ziyaretçi girişi kısıtlanmalıdır.					
10	Kültürel miras alanlarında turizme bağlı çevresel, kültürel ve sosyal değişimler sürekli takip edilmelidir.					
11	Kültürel miras, Konya halkının gelir düzeyi ve yaşam kalitesini arttırmalıdır.					
12	Konya'ya özgü yerel ürünler teşvik edilmelidir.					
13	Konya kültürel miras alanlarında öncelikle yerel ve küçük girişimciler desteklenmelidir.					
14	Konya'da kültürel mirası, öncelikle yerel halk için istihdam olanakları yaratmalıdır.					
15	Konya'da kültürel miras alanlarında satılan hediyelik eşya vb. ürünler, yerli üretim olmalıdır.					
16	Kültürel miras, turistlerle yerel halk arasındaki etkileşimin artmasını sağlamalıdır.					
17	Konya'da turistik faaliyetler sırasında yerel halkın gündelik yaşamına saygı gösterilmelidir.					
18	Konya'daki tüm turistik işletmelerde, menü ve fiyatlar müşteriler tarafından görülebilir olmalıdır.					
19	Kültürel miras alanlarındaki işletmeler, müşteri memnuniyetini dikkate alan bir yapıya sahip olmalıdır.					
20	Ziyaretçiler, kültürel miras alanlarındaki tüm turistik ürün ve işletmeler hakkında önceden bilgi sahibi olabilmelidir.					
21	Konya halkı ve işletmelerin kültürel mirasa unsurlarına ilişkin endişe ve memnuniyetleri dikkate alınmalıdır					
22	Turistik işletmelerde çalışan personelin niteliği, eğitimler yoluyla geliştirilmelidir.					
23	Kültürel miras alanlarında su ve enerji kaynakları tasarruflu kullanılmalıdır.					

24	Kültürel miras alanlarındaki bitki ve hayvan türlerini koruyucu önlemler alınmalıdır.					
25	Kültürel miras alanlarında petrol, kömür vb. fosil yakıtlar yerine, güneş, rüzgar gibi yenilenebilir enerji kaynakları kullanılmalıdır.					
26	Kültürel miras alanlarındaki işletmelerde, su ve enerji kullanımında tasarruf sağlayıcı kurallar konulmalıdır.					
27	Kültürel miras alanlarında atıkları (katı-sıvı) azaltıcı uygulamalar yapılmalıdır.					
28	Ziyaretçiler, kültürel miras alanlarına gelirken özel araçları yerine toplu taşıma araçlarını tercih etmelidir.					
29	Kültürel miras alanları içinde özel araç yerine, bisiklet, yürüyüş gibi alternatif ulaşımlar kullanılmalıdır.					
30	Kültürel miras alanlarında tur otobüsleriyle dolaşılması kısıtlanmalıdır.					
31	Kültürel miras alanlarında, turizmin doğal ve kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltacak önlemler alınmalıdır.					
32	Konya kültürel mirasının, daha sürdürülebilir olması için çalışmalar yapılmalıdır.					
33	Daha sürdürülebilir bir kültürel miras için halk sorumlu davranmalıdır.					
34	Konya'daki kültürel miras alanları özel ve korunması gereken turistik bölgelerdir.					

EK-2. TURİZM PAYDAŞ GRUPLARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ VE PROFİLLERİNE İLİŞKİN SORULAR

Ek-2.1. YEREL HALK

1. Cinsiyetiniz:
a. () Bayan b. () Erkek
2. Medeni Durum:
a. () Evli b. () Bekar
3. Eğitim Düzeyi:
a. () Lise veya öncesi b. () Ön Lisans c. () Lisans d. () Lisans Üstü
4. Yaş:
5. Aylık ortalama hane geliri:
a. () Asgari Ücret b. () 1500-2499 TL c. () 2500-3499 TL d. () 3500-4999 e. () 5000 ve üzeri
6. Mesleğiniz:
a. () İşsiz b. () Özel Sektör c. () Kamu Sektörü d. () Serbest Meslek- Esnaf
e. () Emekli f. () Diğer
7. Kaç yıldır Konya'da yaşıyorsunuz?
a. () 1 yıldan az b. () 1-5 yıl arası c. () 6-10 yıl arası d. () 11 yıl ve üzeri
8. Konya sizin için ne ifade ettiğini (Konya'nın imajı) önem sırasına göre 1'den 3'e doğru, en önemlisine 1 rakamını vermek üzere yazınız.
() Zengin bir tarihi miras
() Doğal güzellikler (göller, mağaralar, toroslar, vb.)
() Farklı yerel tatlar ve lezzetler
() Manevi huzur ve sakinlik
() Doğa sporları (Treking, yamaç paraşütü, avcılık, vb.)
() Diğer.....

Ek-2.2. YERLİ TURİST

1. Cinsiyetiniz: a. () Kadın b. () Erkek
2. Medeni Durum: a. () Evli b. () Bekar
3. Eğitim Düzeyi: a. () Lise veya öncesi b. () Ön Lisans c. () Lisans d. () Lisans Üstü
4. Yaş:
5. Aylık ortalama hane geliri:
a. () Asgari Ücret b. () 1500-2499 TL c. () 2500-3499 TL d. () 3500-4999
e. () 5000 ve üzeri

6. Mesleğiniz: a.()İşsiz b.()Özel Sektör c.()Kamu Sektörü d.()Serbest Meslek-Esnaf e.() Emekli f.() Diğer
7. Ziyaretçi Tipi (Konya'ya Kimlerle Geldiniz):
a. () Aile b. () Arkadaşlar c. () Bireysel d. () Aile ve Arkadaşlar
8. Konya'yı kaçınıcı ziyaretiniz:
a. () Birinci b. () İkinci c. () Üçüncü d. () Üçten Fazla
9. Konya'da kalış süreniz:
a. () Günübürlük b. () 1 Gece c. () 2 Gece d. () 3 Gece ve Üstü
10. Konya'ya nasıl geldiniz?
a.()Özel Araç b.() Otobüs c.()Uçak d.() Tren e. () Seyahat Acentesi Aracı
11. Konya ile ilgili bilgiye nasıl ulaştınız?
a.()Arkadaş ve akrabalarından b.()TV Programlarından c.()İnternette
d. () Seyahat Acentesinden e. () Gazete ve Dergilerden
12. Konya'da konaklama ihtiyacınızı nasıl karşıladınız?
a. () Akraba ya da arkadaşlarımda kalarak
b. () Çalıştığım kurumun misafirhanesinde
c. () Otel (cevabınız bu seçenek ise aşağıdaki seçeneklerden uygun olanı işaretleyiniz)
() Otel rezervasyonumu Konya'ya gelmeden önce yaptım
() Kalacağım oteli Konya'ya geldikten sonra araştırarak buldum
() Seyahat acentesinin belirlediği otelde kaldım
13. Konya'yı tercih etme sebebiniz (Lütfen ziyaretinizde etkili olan en önemli 3 seçeneği sırasıyla 1'den 3'e doğru, en önemlisine 1 rakamını vermek üzere yazınız.)
() Tarihi Mirası (cami, medrese, kilise, v.b.)
() Mevlana Müzesi
() Yakınlığı ve ulaşım kolaylığı
() Güvenli olması
() Yerel yemekleri
() Turistik işletmelerin çekiciliği (otel, restaurant, vb.)
() Tv programlarından ilgi çekmesi
() Doğası
() Kaplıcaları
() Fuar ve Kongre
() Diğer.....
14. Konya'nın sizin için ne ifade ettiğini (Konya'nın imajı) önem sırasına göre 1'den 3'e doğru, en önemlisine 1 rakamını vermek üzere yazınız.
() Zengin bir tarihi miras
() Doğal güzellikler (gölleri, mağaralar, toroslar, vb.)
() Farklı yerel tatlar ve lezzetler
() Manevi huzur ve sakinlik
() Doğa sporları (Treking, yamaç paraşütü, avcılık, vb.)
() Diğer.....

15. Konya’da yaptığınız veya yapmayı planladığınız temel turistik aktiviteler nelerdir? (Sizin için uygun olanları işaretleyiniz)

- Mevlana müzesini görmek
- Cami ve medreseleri görmek
- Yerel yemeklerinin tadına bakmak
- Kaplıcaya gitmek
- Konya’ya özgü hediyelik eşyalardan satın almak
- Doğal güzelliklerini görmek (göller, mağaraları, vb.)

EK-2.3. TURİZM İŞLETMELERİ

1. Cinsiyetiniz: a. Kadın b. Erkek
2. Medeni Durum: a. Evli b. Bekar
3. Eğitim Düzeyi:
 - a. Lise veya öncesi b. Ön Lisans c. Lisans d. Lisans Üstü
4. Yaş:
5. İşletme Türünüz:
 - Konaklama İşletmesi (Otel-pansiyon, motel, camping, vb.)
 - Seyahat İşletmesi (Ulaştırma, seyahat acentesi vb.)
 - Yiyecek-İçecek İşletmesi (Restoran, Lokanta, Cafe, vb.)
 - Turistik Aktivite İşletmesi (Araç kiralama vb.)
6. Turistik işletmedeki görev ya da pozisyonunuz:
 - a. Sahibi veya ortağı b. Çalışan-Yönetici c. Diğer.....
7. İşletme tarafından kullanılan tesisin, mülkiyet sahipliği durumu:
 - a. İşletmemiz mülkiyetinde sahibi ya da ortağıdır b. Kiracıdır
8. Sürekli ikamet ettiğiniz yer:
 - a. Konya b. Diğer.....
9. Konya’nın sizin için ne ifade ettiğini (Konya’nın İmajı) önem sırasına göre 1’den 3’e doğru, en önemlisine “1” rakamını vermek üzere yazınız.
 - Zengin bir tarihi miras
 - Doğal güzellikler (göller, mağaralar, toroslar, vb.)
 - Farklı yerel tatlar ve lezzetler
 - Manevi huzur ve sakinlik
 - Doğa sporları (Treking, yamaç paraşütü, avcılık, vb.)
 - Diğer.....

EK-2.4. YEREL YÖNETİMLER&TURİZM STK

1. Cinsiyetiniz: a. Kadın b. Erkek
2. Medeni Durum: a. Evli b. Bekar

3. Eğitim Düzeyi:
a. () Lise veya öncesi b. () Ön Lisans c. () Lisans d. () Lisans Üstü
4. Yaş:
5. İşletme Türünüz:
() Konaklama İşletmesi (Otel-pansiyon, motel, camping, vb.)
() Seyahat İşletmesi (Ulaştırma, seyahat acentesi vb.)
() Yiyecek-İçecek İşletmesi (Restoran, Lokanta, Cafe, vb.)
() Turistik Aktivite İşletmesi (Araç kiralama vb.)
6. Turistik işletmedeki görev ya da pozisyonunuz:
a. () Sahibi veya ortağı b. () Çalışan-Yönetici c. () Diğer.....
7. İşletme tarafından kullanılan tesisin, mülkiyet sahipliği durumu:
a. () İşletmemiz mülkiyetinde sahibi ya da ortağıdır b. () Kiracıdır
8. Sürekli ikamet ettiğiniz yer:
a. () Konya b. () Diğer.....
9. Konya'nın sizin için ne ifade ettiğini (Konya'nın İmajı) önem sırasına göre 1'den 3'e doğru, en önemlisine "1" rakamını vermek üzere yazınız.
() Zengin bir tarihi miras
() Doğal güzellikler (gölleri, mağaralar, toroslar, vb.)
() Farklı yerel tatlar ve lezzetler
() Manevi huzur ve sakinlik
() Doğa sporları (Trekking, yamaç paraşütü, avcılık, vb.)
() Diğer.....

EK-2.5. SUSTAINABILITY PERCEPTION SCALE OF TOURISTS VISITING KONYA

Dear Participants, this survey submitted to you has been prepared in the department of Tourism Management of Social Sciences Institute, Necmettin Erbakan University, for doctorate thesis, titled "Sustainability in Cultural Heritage Management: A Study on Konya Tourism Stakeholders" and has a quality of scientific study. The answers you will give to the questions taking place in this survey, in such a way that it will comply with scientific ethics and remain dependent on the principle of privacy will be evaluated by only the researcher. You are not definitely asked any personal identity information. In terms of that the analyses to be carried out turn out meaningful, I would like to importantly request that you friendly respond the questions and do not skip any questions. I would like to thank you for their valuable participations. (Lecturer Fatih VAROL)

Questions on Demographic Characteristics and Profiles of Survey Participants

1. Gender: a. Female b. Male
2. Marital Status: a. Married b. Single
3. Educational Level:
a. High School or below b. Two-Year Degree c. Undergraduate
d. Postgraduate
4. Age:
5. Monthly average household income
a. Minimum Wage b. \$1500-2499 c. \$2500-3499 d. \$ 3500-4999
e. \$ 5000 and more
6. Occupation:
a. Unemployed b. Private Sector c. Public Sector d. Self- Employment-
Craftsmen e. Retired f. Other
7. Type of Visitor (With whom did you come to Konya?):
a. Family b. Friends c. Individual d. Family and Friends
8. Which visit is this for Konya?:
a. First b. Second c. Third d. More than three
9. How long did you stay in Konya?
a. One-day b. 1 Night c. 2 Nights d. 3 Nights and more
10. How did you come to Konya?
a. By private vehicle b. By Bu c. By Airplane d. By Train
e. Via Travel Agent
11. How did you reach the information about Konya?
a. Through friends and relations b. Through TV programs c. Through
internet d. Through travel agent e. Through newspapers and
magazines
12. How did you meet accommodation need in Konya?
a. By staying in the houses of relations and friends
b. In guesthouse of the institute I work in
c. Hotel (If your response is this option, mark the compatible one
among the following options)
 I made my hotel reservation before arriving Konya
 I found the hotel I will stay, researching after arriving Konya
 I stayed in a hotel determined by travel agent
13. Your reason for preferring Konya? (Please write the three reasons
related to your visit in order from 1 to 3 by assigning the number "1" to
the most important one.)
 Historical Heritage (Mosque, Madrassa, church, etc..)
 Mevlana Museum
 Nearness and Transportation

- That it is safe
- Local Dishes
- Attractiveness of Touristic Businesses (hotel, restaurant, etc.)
- That TV programs attract interest
- Nature
- Hot Springs
- Fair and Congress
- Other.....

14. Write what Konya expresses for you according to the order of importance (in order from 1 to 3 by assigning the number “1”to the most important one)

- A rich historical heritage
- Natural beauties (lakes, caves, taurus, et al.)
- Different local tastes and pleasures
- Spiritual peace and closeness
- Natural sports (Tracking, slope parachute, hunting, etc.)
- Other.....

15. What are the main touristic activities you have carried out or planned to carry out in Konya? (Mark the most appropriate one for you)

- To see Mevlana Museum
- To see mosques and madrassas
- To taste local dishes
- To go hot springs
- To buy gifts specific to Konya
- To see natural beauties (lakes, caves, and etc..)

Sustainable Cultural Heritage Management Perception Scale		I completely agree with it	I agree with it	I am indecisive	I disagree with it	I definitely disagree with it
1	For cultural heritage, a management model should be applied, in which local people, tourism entrepreneurs, and local government units will participate.					
2	The participation of local people and touristic enterprises in the decisions associated with the cultural heritage of Konya should be increased.					
3	Local governments should be prepared against every kind of crisis.					
4	In all materials promoting cultural heritage, information considering sustainability should take place.					

5	In order to protect, the natural and cultural heritage, legal arrangements should be made and rules should be imposed.					
6	Against possible effects of global climatic changes, appropriate actions should be taken for cultural heritage.					
7	For cultural heritage, a sustainable tourism plan and strategy should be determined.					
8	The preventive actions should be made performed about excessive visitor's coming to the cultural heritage areas (exceeding bearing capacity).					
9	In cultural heritage areas, in the periods of excessive crowdedness, if necessary, visitor's access should be limited (in cases exceeding bearing capacity)					
10	In cultural heritage areas, the environmental, cultural and social variations depending on tourism should be continuously followed					
11	Cultural heritage increases the income level of local people and quality of life					
12	Local products specific to Konya should be encouraged.					
13	In cultural heritage areas, local and small entrepreneurs should be supported with priority.					
14	Cultural heritage, first of all, should create employment opportunities for local people					
15	Touristic products sold (gifts etc) should be local production					
16	Cultural heritage should increase the interaction between tourist and local people.					
17	During touristic activities, the daily life of local people should be respected					
18	In all touristic businesses, menus and prices should be visible by customers.					
19	Touristic businesses in cultural heritage areas should have a structure considering customer satisfaction					
20	Visitors should already have information about all touristic products and businesses in cultural heritage areas.					
21	he concerns or satisfactions of the local people or businesses regarding cultural heritage should be taken into consideration.					
22	In touristic businesses, the quality of					

	the working staff should be developed.					
23	In cultural heritage areas, fresh water and energy resources should be saved.					
24	Protective actions of the vegetable and animal species should be taken.					
25	In cultural heritage areas, instead of fossil fuels such as oil and coal, renewable energy resources such as sun and wind should be used.					
26	In the businesses, in cultural heritage areas, in the use of water and energy, the rules providing savings should be placed.					
27	In cultural heritage areas, the applications reducing wastes (solid and liquid) should be made					
28	While entering cultural heritage areas, visitors should prefer collective transporting vehicles, instead of their private vehicles.					
29	In cultural heritage areas, instead of private vehicle, alternative transportation ways should be used.					
30	In cultural heritage areas, tramping with tour bus should be restricted					
31	In cultural heritage areas, the actions that will reduce the negative effects of tourism in the natural and cultural environment should be taken.					
32	Cultural heritage should make some studies for tourism to be more effective					
33	With a more sustainable cultural heritage, visitors should be in responsibility					
34	Cultural heritage areas are touristic regions that are specific and necessary to be protected.					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Fatih VAROL

Unvanı: Öğretim Görevlisi

Doğum Yeri: Düzce

Doğum Tarihi:31/05/1981

Yabancı Dil Puanı: İngilizce 66,25 (YDS 2013)

Uzmanlık Alanı: Turizm

İlgi Alanı: Turizm, Yönetim ve Organizasyon, Dış Ticaret

Medeni Hali: Evli

Askerlik Durumu: Tamamladı

İLETİŞİM BİLGİLERİ:

Gsm: 0530 4672449

Tel: 0332 418 18 41

Fax: 0332 418 18 41

e-posta:fvarol@selcuk.edu.tr,

Adres: S.Ü. Hadim Meslek Yüksekokulu 42830 – Hadim/KONYA

ÖĞRENİM DURUMU:

Doktora: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Turizm İşletmeciliği Bölümü. Konya, 2014-

Yüksek Lisans (Tezli): Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme A.B.D., Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmininin İşten Ayrılma Niyetine Olan Etkisi: Konya İli İlaç Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama, Konya, 2008-2010.

Yüksek Lisans (Tezsiz): Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Konya, 2004-2006.

Lisans: Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, 1999-2003.

İŞ TECRÜBESİ:

- Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Öğretim Görevlisi, (2016 -)
- Selçuk Üniversitesi Hadim Meslek Yüksekokulu, Öğretim Görevlisi, (2007-2016)

- Deva Holding A.Ş., Tıbbi Mümessil, (2006-2007)
- Kuz Optik ve Saat A.Ş., Satış ve Pazarlama, (2004-2006)

YÖNETİCİLİK GÖREVLERİ:

1. Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkan Yrd. (2016 -)
2. Selçuk Üniversitesi Hadim Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölüm Başkanı (2011-2016)
3. Selçuk Üniversitesi Hadim Meslek Yüksekokulu, Yönetim Kurulu Üyesi (2010-2016)

BİLİMSEL ÇALIŞMALAR

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan

Bildiriler

- 1) **Varol, Fatih** ve Ulvi, Ali., In Protection Works In The Scope Of Cultural Heritage Management, Applications Of Surveying Engineering, 2 nd The International Conference On The Changing World And Social Research I, 14-16 Ekim 2016, Barcelona/İspanya.
- 2) Ulvi, Ali, **Varol, Fatih.**, Using Terrestrial Laser Scanning Technique, 3 Dimensional Model Of Historical Library Of Hadim, 2 nd The International Conference On The Changing World And Social Research I, 14-16 Ekim 2016, Barcelona/İspanya.
- 3) **Varol, Fatih.**, Hüzün Turizminin Türkiye'de Var Olan Potansiyeli Üzerine Kuramsal Bir Araştırma, I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, And Indicators, 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye.
- 4) **Varol, Fatih** ve Ulvi, Ali., Using Alternative Methods For Conservation Of Tangible Cultural Heritage: An Application Of Unmanned Aerial Vehicles In Astra Ancient City, The International Conference On The Changing World And Social Research I, 25-28 Ağustos 2015, Viyana/Avusturya.
- 5) Ulvi, Ali, **Varol, Fatih** ve Tekin, Özlem., Using Laser Scanning Technique Towards The Protection of Historical Sites in The Context of Sustainable Tourism: Kızkalesi Case, The International Conference On The Changing World And Social Research I, 25-28 Ağustos 2015, Viyana/Avusturya.
- 6) Ceylan, D.A., Karahan, M., Kuzu, Ö.H., **Varol, F.**, Yükseköğretimde Kalite Yönetim Sistemi Uygulamalarının Öğretim Elemanı Değerlendirmelerine Etkisi: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, 2. Uluslararası 6. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, 25-27 Mayıs 2011, Kuşadası-Aydın/Türkiye.

- 7) Ceylan, Durmuş Ali, Karataş, Ertuğrul, Kuzu, Ömür Hakan, Saraç, Taha Bahadır, **Varol, Fatih**. S.Ü. Hadim Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Staj Dönemlerinin Verimliliğine İlişkin Bir Çalışma, 1. Uluslararası 5. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Konya/Türkiye.

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan Bildiriler

- 1) Ulvi, Ali ve **Varol, Fatih.**, Kültürel Mirasın Belgelenmesinde Yersel Fotogrametri Tekniğinin Kullanılması: Tarihi Sazak Köprüsü Örneği, International Congress On Cultural Heritage And Tourism, 19-21 Mayıs 2017, Konya/Türkiye.
- 2) Allahverdi, Metin; Kuzucu, Seyfettin Caner, **Varol, Fatih.**, Turizm Sektörünün Azerbaycan'ın Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi, International Congress On Cultural Heritage And Tourism, 19-21 Mayıs 2017, Konya/Türkiye.

Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler

- 1) Karahan, Mehmet, Kuzu, Ömür Hakan, **Varol, Fatih**, Şahin, Ş., *İşletmelerdeki ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Uygulamalarının Çalışan Performansı Üzerine Etkilerinin Toplam Kalite Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi*, 11. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, 23-24 Haziran 2011, İstanbul/Türkiye.
- 2) Saraç, Taha Bahadır, Kuzu, Ömür Hakan, **Varol, Fatih.**, ve Bozer, Taha Onur., Ekonomik Büyüme, İhracat ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği (1998:2-2009:4), Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu, 21-22 Ekim 2010, Düzce/Türkiye.

BİLİMSEL TOPLANTI DÜZENLEME:

- 1) **Dış Ticaret Uygulamalarındaki Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, S.Ü. Prof. Dr. Halil Cin Konferans Salonu, 18 Nisan 2008. Konya.

SERTİFİKALAR:

- 1) TSE-ISO-EN 9000 Kalite Yönetim Sertifikaları (Temel Eğitim, Dokümantasyon Eğitimi, İç Tetkik Eğitimi), 2008.
- 2) Deva Holding A.Ş. Tıbbi Mümessil Eğitim, Temel Medikal ve Ürün Pazarlama Eğitimi Sertifikaları, 2006.