



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI

**HÜZÜN TURİZMİ KAPSAMINDA ÇANAKKALE
SAVAŞLARININ TURİZM EKONOMİSİNE ETKİSİ**

Abdullah KÖSEOĞLU

Danışman

Prof. Dr. Mete SEZGİN

KONYA-2019



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı Abdullah Köseoğlu

Numarası 134260001012

Ana Bilim / Bilim Dalı

Programı Tezli Yüksek Lisans Doktora

Tezin Adı Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde 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.

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin

Adı Soyadı	Abdullah Köseoğlu
Numarası	134260001012
Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mete Sezgin
Tezin Adı	Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi başlıklı bu çalışma 21/01/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı

Danışman ve Üyeler

İmza

Prof.-Dr.

Mete Sezgin

Doç. Dr.

HALİL AKMEŞE

Dr. Öğr. üy.

Coanze Tenize

ÖNSÖZ

‘‘Hüzün Turizm Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi’’ başlıklı bu tez çalışması genel turizm, hüzün turizmi, Çanakkale ili turizmi ve potansiyelinin etkileri konularının detaylarını içermektedir. Yüksek Lisansa başlamış olduğum ilk günden bu yana bilgisini, yönlendirmesini, zamanını ve en önemlisi de sabrını hiçbir zaman esirgemeyen değerli hocam tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Mete Sezgin’e sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Abdullah KÖSEOĞLU
KONYA-2019



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Abdullah KÖSEOĞLU	
	Numarası	134260001012	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mete SEZGİN	
Tezin Adı	Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi		

ÖZET

Hüzün turizmi alanı Çanakkale savaş alanlarının Türkiye turizmi ve ekonomisine etkilerini konu edinen bu tez çalışması, Türkiye turizmine önemli ölçüde girdi sağlayacak Çanakkale ve değerlerinin önemini yansıtmak ve sahip olduğu değerlerle turizm alanında nasıl değerlendirilmesi gerektiği konularına değinmeyi amaçlamıştır.

Araştırma da öncelikli olarak kavramsal açıdan temel oluşturması adına literatür taraması yapılmıştır. Turizm ve hüzün turizmi konuları üzerinden başlayan literatür taraması savaş kavramı, Çanakkale savaşları, Çanakkale savaşları mirası, Çanakkale ili coğrafyası, turizmi, turizm çeşitleri, alt yapısı ve özellikle Gelibolu yarımadası savaş alanları konuları detaylandırılarak devam etmiştir.

Araştırmanın son kısmında 2011-2016 yılları aralığında Çanakkale ilinin turizm alanı verilerine yer verilmiştir. Belirli yıllar aralığında temel alınan verilerle yorumlayıcı yaklaşım paradigmasının açıklayıcı yöntemi kullanılarak Çanakkale ili ve savaş alanlarının bir turizm değeri olarak Türkiye turizmindeki yerini belirlemeye çalışılmıştır. Çanakkale turizm verileriyle sonuç ve öneriler kısmında hüzün turizmi alanı olarak daha etkin olabilmesi için öneriler getirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Hüzün Turizmi, Çanakkale Turizmi, Turizm ve Ekonomi



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Abdullah KÖSEOĞLU	
	Numarası	134260001012	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mete SEZGİN	
Tezin İngilizce Adı		The Gregorian War's Impact on Turkish Tourism and Economy	

SUMMARY

This dissertation study which discusses the effects of Gallipoli battlefields in the grief tourism field on the tourism economy, aimed to reflect the importance of Çanakkale province's values which will provide input into Turkish economy to a significant extent and to discuss how it should be evaluated in the tourism field with the values it has.

Primarily, a literature survey has been conducted in order to create a basis theoretically in the research. The literature survey which started over tourism and grief tourism subjects has maintained by elaborating the issues of battle concept, Gallipoli battles, heritage of Gallipoli battles, geography of Çanakkale province, its tourism, types of tourism, its infrastructure and particularly battlefields of Gallipoli peninsula.

In the last part of the research, data of tourism field of Çanakkale province between 2011-2016 years were included. It was tried to determine the place of Çanakkale province and battlefields in the tourism of Turkey as a tourism value by using the explanatory method of interpretive approach paradigm with data which were based on in the range of given years. Suggestions were brought forward for making Gallipoli tourism more effective as a grief tourism field in the parts of conclusion and suggestions with data related with Gallipoli tourism.

Key words: Tourism, Grief Tourism, Gallipoli Tourism, Tourism and Economy

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	İ
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	İİ
ÖNSÖZ	İİİ
ÖZET	İV
SUMMARY	V
KISALTMALAR VE SİMGELER	İX
TABLolar LİSTESİ	Xİ
ŞEKİLLER LİSTESİ	Xİİ
RESİMLER LİSTESİ	Xİİİ
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE HÜZÜN TURİZMİ

1.1. Turizm Kavramı.....	5
1.2. Dünya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi	8
1.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi	11
1.4. Turizm Türleri.....	19
1.4.1. Katılımcı Sayılarına Göre Turizm Türleri	20
1.4.1.1. Kitle Turizmi.....	20
1.4.1.2. Bireysel Turizm	21
1.4.1.3. Grup Turizmi	22
1.4.2. Ziyaret Yerine Göre Turizm Türleri	23
1.4.2.1. İç Turizm.....	23
1.4.2.2. Dış Turizm	24
1.4.3. Katılımcı Yaşlarına Göre Turizm Türleri	25
1.4.3.1. Gençlik Turizmi	25
1.4.3.2. Orta Yaş Grubu Turizmi	26
1.4.3.3. Üçüncü Yaş Grubu Turizmi.....	26
1.4.4. Katılımcıların Gelir Seviyelerine Göre Turizm Türleri.....	27
1.4.4.1. Sosyal Turizm	27
1.4.4.2. Lüks Turizm.....	28
1.4.5. Katılımcıların Amaçlarına Göre Turizm Türleri	28

1.4.5.1. Deniz/Kıyı Turizmi.....	29
1.4.5.2. Kültür Turizmi	30
1.4.5.3. Kongre Turizmi.....	31
1.4.5.4. Termal/Sağlık Turizmi.....	32
1.4.5.5. Spor Turizmi	32
1.4.5.6. Av Turizmi.....	33
1.4.5.7. Yayla Turizmi	34
1.4.5.8. Dağ ve Kış Turizmi.....	34
1.4.5.9. İnanç Turizmi.....	36
1.4.5.10. Akarsu Turizmi	37
1.4.5.11. Kruvaziyer Turizmi.....	37
1.4.6. Hüzün (Dark) Turizmi	38

İKİNCİ BÖLÜM

ÇANAKKALE SAVAŞI VE ÇANAKKALE TURİZMİ

2.1. Savaş Kavramı	42
2.1.1. Çanakkale Savaşı	43
2.1.2. Çanakkale Savaşı Mirasının Turizm Açısından Önemi.....	46
2.2. Çanakkale İli Coğrafyası	47
2.2.1. Çanakkale’de Turizm.....	49
2.2.2. Çanakkale’de Turizm Türleri.....	53
2.2.2.1. Çanakkale’de Deniz ve Kıyı Turizmi	53
2.2.2.2. Çanakkale’de Termal Turizm	56
2.2.2.3. Çanakkale’de Eko Turizm	57
2.2.2.4. Çanakkale’de Kültür Turizmi	57
2.3. Çanakkale İli Turizm Alt Yapısı.....	59
2.3.1. Çanakkale İli Konaklama, Seyahat ve Restoran İşletmeleri.....	60
2.3.2. Çanakkale İli Ulaşımı	61
2.3.3. Müze ve Ören Yerleri	62
2.3.4. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı ve Şehitlikler	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VE EKONOMİ

3.1. Turizm ve Ekonomi İlişkisi	71
3.2. Dünya’da Turizm Ekonomisi.....	72
3.3. Türkiye’de Turizm Ekonomisi.....	73
3.4. Çanakkale İli Ekonomisi.....	77

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇANAKKALE İLİ SAVAŞ ALANLARININ TURİZM VERİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi.....	79
4.2. Araştırmanın Yöntemi	80
4.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme.....	84
4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	84
4.6. Araştırmanın Bulguları	84
4.6.1. Çanakkale İli Turizm Verileri.....	84
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	103
KAYNAKÇA.....	107
Özgeçmiş	120

KISALTMALAR VE SİMGELER

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AIEST: Association International d'Experts Scientifiques du Tourisme

AID: Agency For International Development

ATASE: Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Daire Başkanlığı

BYKP: Beş Yıllık Kalkınma Programı

CLIA: Cruise Lines International Association

ÇİKTİM: Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü

D.İ.E: Devlet İstatistik Enstitüsü

GMKA: Güney Marmara Kalkınma Ajansı

ICOM: Milletler Arası Müze Konseyi

İTO: İstanbul Ticaret Odası

KDV: Katma Değer Vergisi

KTB: Kültür ve Turizm Bakanlığı

KUTO: Kuşadası Ticaret Odası

M.Ö: Milattan Önce

SPA: Sanus Per Aquam (Su ile gelen sağlık – Latince)

T.C: Türkiye Cumhuriyeti

THY: Türk Hava Yolları

TL: Türk Lirası

T.T.B: T.C. Turizm Bankası

TUYED: Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği UK: United Kingdom (İngiltere)

TUIK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Vb.: ve benzeri

Vd.: ve diğerleri

3S: Sun-Sand-Sea (Deniz-Kum-Güneş Turizmi İngilizce Kısaltması)

\$: Amerika Birleşik Devletleri Para Birimi Simgesi

%: Yüzdellik Simgesi

XII: Roma rakamı ile 12 sayısı

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Turizm Kavramlarında Ülkelerce Yapılan Önemli Değişiklikler	7
Tablo 2: 1950-1962 Yılları Aralığında Türkiye Turizmi Verileri	15
Tablo 3: Planlı Dönemde Hedeflenen ve Gelen Yabancı Misafir Sayısı	17
Tablo 4: Hüzün (Dark) Turizmi ve Türevleri İle İlgili Kavramlar	39
Tablo 5: Çanakkale Kıyılarında Bulunan Batıklar	55
Tablo 6: Çanakkale İli Turizm Teşvik Belgesi ve Yatırım Miktarı.....	60
Tablo 7: Çanakkale İli Turizm İşletme Belgeli Tesis Verileri.....	85
Tablo 8: Çanakkale İli Belediye İşletme Belgeli Tesis Verileri	86
Tablo 9: Türkiye Geneli ve Çanakkale İli Tesis Doluluk Oranları*	88
Tablo 10: Çanakkale’de Konaklayan Kişi ve Geceleme Sayıları	89
Tablo 10: Geceleme Bazında Çanakkale’nin Türkiye Turizmindeki Yeri	91
Tablo 11: Çanakkale Müze ve Ören Yerlerinin Ziyaretçi Verileri	92
Tablo 12: Çanakkale’de Müze ve Ören Yerlerinden Elde Edilen Gelir	94
Tablo 13: Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi Ziyaretçi ve Gelir-Gider Verileri....	96
Tablo 14: Çanakkale İli Etkinleri Katılımcı Sayısı (Sadece 2016 Yılı)	97
Tablo 15: Çanakkale’yi Ziyaret Eden Misafirlerin Milliyetlere Göre Dağılımı.....	99
Tablo 16: Çanakkale İlinin Türkiye Turizmindeki Genel Payı	101

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çanakkale’yi 2011-2016 Yıllarında En Fazla Ziyaret Eden Üç Ülke 100

Şekil 2: Çanakkale Savaşına Katılan Ülkelerden En Fazla Ziyaret Eden Üç Ülke. 100



RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Çanakkale İli Haritası 48



GİRİŞ

Turizm, kişilerin sürekli ikamet ettikleri ve temel ihtiyaçlarını giderdikleri yerlerden ayrılıp farklı bir bölgede yaşamın yoğun temposundan uzaklaşarak dinlenme, eğlenme ve diğer aktiviteleri gerçekleştirdikleri bir olaydır. İlk zamanlarında ve gelişim aşamasında lüks bir tüketim olarak algılanan turizm olayı işçi sınıfına tanınan sosyal haklarla birlikte şekil ve yön değiştirmiştir. İnsanoğlunun yer değiştirme hareketi ilkel dönemlere kadar gider ancak gerçekleştirilen bu hareketlilik tam olarak turizm niteliği taşımasa da turizmin temellerinin dayandığı bir olay olarak alınır. Para ve tekerleğin bulunması, Eski Yunan döneminde düzenlenen olimpiyatlar, Romalılar döneminde yapılan yollar turizmin temellerinin sağlamlaşmasında önemli rol oynamıştır.

Turizm I. Dünya savaşına kadar gelen dönem içerisinde belirli bir seviye de gelişim göstermiştir fakat savaşın başlamasıyla durma noktasına gelmiştir. I. Dünya savaşı ile II. Dünya savaşı arasında kalan dönem içerisinde turizm hareketliliği ve turizme olan eğilim azalmıştır. II. Dünya savaşında kullanılan araçların savaş sonrası günlük yaşama dâhil edilmesiyle turizm hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. II. Dünya savaşı sonrasında Dünya genelinde hızla gelişim gösteren turizm ilk olarak Thomas Cook isimli İngiliz'in 1841 yılında İngiltere'nin Leicester kentine yaklaşık 20 km uzaklıkta bulunan bir alanda düzenlenen festivale 571 kişilik bir turist kafilesini götürmesiyle başlamıştır.

I. Dünya Savaşına kadar temel ihtiyaçlar dışında kalan lüks tüketim olarak görülen turizm, II. Dünya Savaşından sonra özellikle 1960'lı yıllara kadar olan dönemler içerisinde kültürel bir boyut kazanmıştır. Ancak bahsi geçen dönemlerde dâhil olmak üzere turizm zengin kişilerin zevk ve yeni yerler görmek için gerçekleştirmiş olduğu seyahatler olmaktan öte gidememiştir. Günümüzde zorunlu bir ihtiyaç olarak görülmeye başlayan turizm, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere Dünya genelinde büyük çaplı bir sektör haline gelmiştir. Ülkeler, kamu kurum ve

kuruluşları, özel sektör ve bireyler için tüketim ve geçim kaynağı şekline dönüşmüştür. Turizm haricinde herhangi bir iş kolu ya da sektörden kazanç sağlamadan sadece turizmden elde ettikleri gelirlerle yaşamlarını turizm sektörüne bağlayan oldukça fazla kişi vardır. Diğer bir deyişle, eski geçim kaynağını tamamen terk ederek, kazancının daha iyi olması nedeniyle turizmle uğraşan kişi ve topluluk sayısı giderek artmaktadır.

Türkiye turizminin temelleri Osmanlı dönemine kadar uzanır, turizm kapsamında verilecek ilk örnek ise Osmanlı döneminde Türkiye'ye getirilen buharlı gemilerdir. Cumhuriyet dönemi Türkiye turizm hareketliliğine verilecek ilk örnek ise 1923 yılı Eylül ayında Seyyahin isimli Türk Cemiyeti'nin kurulmasıdır. Türkiye turizmi planlı dönemler şeklinde gelişim göstermiştir. 1961 yılına kadar gelinek dönem içerisinde kanunlar çıkartılıp, bazı turizm kurumları kurulmuş olsa da hükümetin önemseydiğini gösterir nitelikte kişilik kazanmamıştır ancak 1982 yılında çıkartılan turizmi teşvik kanunu Türkiye turizminin gelişmesinde dönüm noktası olmuştur.

Turizmi Teşvik kanunu Türkiye turizminin kurtarıcısı olmuş ve uygulamaya alınan planlı dönemler eşliğinde turizm alanı çalışmaları ve yatırımları hızlı bir yol kat etmiştir. Türkiye'de çoğunlukla kıyı turizmi olarak adlandırılan temelinde deniz-kum-güneşin yer aldığı turizm çeşidi üzerinde ilerleme kaydedilmiştir. Günümüzde hala bu turizm türüne yoğun talep alınsa da farklı turizm türleri üzerine çalışmalar yapılmakta ve Türkiye turizmi sıkışık kaldığı yaz ayları döneminden çıkartılarak farklı dönemlere ve yıl geneline yayılmaya çalışılmaktadır. Alternatif turizm türlerini yaygınlaştırarak farklı ürünler sunmaya çalışan Türkiye'de turizm alanında kullanılabilecek birçok alternatif turizm ürünü mevcuttur. Bunlardan biriside yine alternatif turizm türleri arasında yer almakta olan savaş turizmini alanında kullanılabilecek Çanakkale ili savaş alanlarıdır.

Savaş tarafların kazanmak ve kaybetmek üzerine gerçekleştirdiği toplumların ve insanların kaderini değiştiren bir olaydır. Dünya üzerinde birçok savaş gerçekleşmiştir ancak Dünya genelinin özellikle Türkiye Cumhuriyeti devletinin kaderini belirleyen savaş I. Dünya Savaşı ve Çanakkale Cephesidir. Çanakkale Savaşları döneminin hasta adamı olarak lanse edilen Osmanlı devletinin buhranlı döneminde her şeyin son bulduğunun düşünüldüğü bir anda yeterli gücü olmamasına rağmen Türklerin kaderini bir başka milletin eline bırakmamak pahasına girilmiş olan bir savaştır. Savaş başlamadan önce tarafsız olduğunu duyuran Osmanlı devleti savaşa İngiltere'nin de bulunduğu grupta girmek için görüşmeler yapmış fakat kabul edilmemiştir. Alman savaş gemilerinin Çanakkale boğazından geçerek Türk karasularına sığınmasıyla Alman ittifakı içerisinde savaşa katılan Türkiye bu savaşta eşi benzeri görülmemiş bir zaferin altına imza atmıştır. Çanakkale savaşı tarafların fazlasıyla kayıp verdiği bir savaş olmasının yanı sıra adını tarihe altın harflerle yazdırmış olan bir savaştır. Tarih sahnesinde eşi benzeri olmayan bu savaş Türk tarafının galibiyetiyle sonuçlanmıştır ancak bulunduğu ülkeler grubunun savaşın mağlup tarafı sayılmasıyla kazanılan galibiyet, mağlubiyet olarak görülmüştür. Kalma ya da gitme olayı olarak verilen mücadele de oldukça fazla kan dökülmüştür. En sıcak çatışmanın ve olayın asıl geçtiği yer olan Çanakkale'de savaşın geriye bırakmış olduğu miras oldukça ağırdır. Çanakkale savaşı Türk halkının kaderinin belirlemede ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin temellerinin atılmasında Dünya'ya verilmiş olan büyük ders niteliğindedir.

Araştırmanın birinci bölümünde genel hatlarıyla turizm konusu anlatılmıştır. Turizm konusu içerisinde detaylandırılan konular turizm kavramı, Dünya ve Türkiye'de turizm ve tarihsel gelişimi, turizm türleri ve hüzün (dark) turizmdir. Detaylandırılan konular ana konu ile bağıntılı olarak ele alınmıştır özellikle hüzün (dark) turizmi konumuzun ilk bölümünde ana bağlantıyı oluşturmaktadır. Araştırmanın ikinci bölümde detaylandırılan konular savaş kavramı, Çanakkale savaşı, Çanakkale savaşı mirasının turizm açısından önemi, Çanakkale ili coğrafyası,

Çanakkale’de turizm ve turizm Türleri, Çanakkale ili turizm alt yapısıdır. Araştırmanın temelini atma konusunda detayları içeren Çanakkale ili, savaşı ve genel turizm konularından sonra üçüncü bölüme geçilmiştir. Üçüncü bölümde konuya katkısı göz önüne alınarak turizm ve ekonomi, Dünya’da turizm ekonomisi, Türkiye’de turizm ekonomisi ve Çanakkale ili ekonomik yapısından söz edilmiştir. Bahsi geçen üç bölümün oluşturulmasında kitaplar, makaleler, kurum raporları, tezler, bildirimler, internet kaynakları, arşiv gazetelerinden yararlanılmış ve ortaya özgün bir koymaya çalışılmıştır.

Araştırmanın dördüncü ve son bölümü olan kısım tezin ana konusunu içermektedir. Bu kısımda öncelikle araştırmanın konusu, amacı, önemi, yöntemi ve sınırlılıklarından bahsedilmiştir devamında ise Çanakkale İline özgü araştırmanın sonucuna konu edinilecek turizm verilerine yer verilmiştir. Tablolar halinde verilen veriler içerisinde konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yıllık turizm geliri, yıllık ağırlanan misafir sayısı ve ortalama geceleme oranı vb. veriler bulunmaktadır. Elde edilen tüm veriler bir bütün oluşturacak şekilde harmanlanarak sonuç kısmına geçilmiştir.

Tez’in sonuç kısmında dört bölümde ortaya konulan veriler temel alınarak Çanakkale ilinin genel olarak turizmden daha da etkin yararlanması ve özellikle hüzün turizmi alanında söz sahibi olabilmesi konusunda öneriler getirilmiştir. Yapılan alan araştırmasının bir sonraki araştırmalara temel oluşturabileceği ve geliştirilerek farklı öneriler getirilebileceği düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE HÜZÜN TURİZMİ

1.1. Turizm Kavramı

Turizm kelime kökeni olarak tur atma, dönüş anlamına gelen ‘‘tour’’ sözcüğünden türemiştir, ancak tour kelimesinin kökeni araştırılıp daha da derine inildiğinde ‘‘tour’’ sözcüğünün de İbranicede anlamı öğrenme, araştırma olan ‘‘torah’’ sözcüğünden gelmiş olduğu görülür (M. A. Kozak ve Bahar, 2012:2).

Turizm kavramının belirlenmesi ve bazı sınırlar içine dâhil edilmesine ilişkin çalışmalar 19. yy. sonlarına kadar gitmektedir. Kavramsal olarak turizmin tanımı 1905 yılında ilk Guyer-Freuler tarafında yapılmıştır. Guyer-Fuler’e göre turizm; artan doğal güzellikler, ticaret ve endüstrinin gelişmesi, ulaştırma araçlarında gelinen nokta ve insanların hava değişimiyle dinlemeye ihtiyaç duymasıdır. Yine İsviçreli Prof. Hunziker ve Krapf tarafından 1942 senesinde yayımlanmış olan Turizm Genel Doktorini isimli eserde Turizm kavramı Hunziker ve Krapf tarafından yapılan tanıma göre; insanların sürekli yaşadıkları yer dışında bir başka yere gitme, gidilen yerde kazanç elde etme ve yerleşme amacı olmaksızın kalma ve bu kalıplardan ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür (Çoruh, 1969:8).

Hunziker ve Krapf’ın tanımı 1954 yılında İtalya’da gerçekleştirilen AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Birliği) toplantısında tekrar ele alınmış ve yapılan tanıma seyahat kavramının da eklenmesi konusunda ortak bir karara varılmıştır. Yapılan yeni tanıma göre turizm; geçici ya da sürekli yerleşme ve kazanç elde etme amacı olmaksızın kişilerin sürekli kaldıkları yer dışında bir başka yere gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama olayından doğan ilişkiler bütünüdür (Toskay, 1989:30).

1978 yılında turizm kelimesini inceleme altına alan National Tourism Policy Study isimli çalışmada turizm ve seyahat kelimelerinin eş anlamlı olduğu ortaya

koyulmuş ve aynı anlama gelen kelimeler seyahat, seyahat endüstrisi ve turizm endüstrisi olarak verilmiştir (Nickerson, 1996:2). Git gide önemini daha da artıran turizm olayına ilişkin yapılan tanımlar elbette bunlarla sınırlı değildir 1980’li yıllarda UK Tourism Society (İngiltere Turizm Topluluğu) turizmi; kişilerin normal yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerden kısa süreliğine yer değiştirdikleri, günübirlik ziyaretler ve tur dâhilinde gidilen yerde aktiviteler gerçekleştirdikleri geçici süreli konaklamalar şeklinde tanımlamıştır (Youell, 1998:9).

Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletlerin 1994 yılında yapmış olduğu tanıma göre turizm; insanların, eğlence, iş veya diğer amaçları doğrultusunda yaşamış oldukları yerin dışında başka bir yere gitmesi ve seyahat başlangıç süresini takip eden zaman içerisinde bir yılı geçmemek üzere gittikleri yerlerde kalmaları olarak tanımlamıştır (Glaesser, 2005: 15).

Türkiye Cumhuriyeti turizmi 6086 Sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanununun 36. Maddesine bağlı olarak 17 Eylül 1955 Cumartesi günü yürürlüğe giren 9106 sayılı resmi gazetede yayınlanan Turizm İşbirliği Nizamnamesinde; yerleşme amacı taşımaksızın, spor, eğitim, ziyaret, araştırma ve geliştirme yapma, tedavi görme, eğlenme ve dinlenme, kültürel ve sanatsal etkinlikler kapsamında kitleler halinde ya da tek başına belli bölge ya da bölgelere geçici süreyle gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlamıştır (<http://www.resmigazete.gov.tr>).

Turizm kavramı öncelikli olarak konaklama olgusu üzerine geliştirilmiştir ancak ilerleyen zamanlarda seyahat etme kavramının da dâhil edilmesi gerekliliği doğmuş ve kavramın şekillenmesi konaklama ve seyahat üzerine olmuştur. Günümüz turizmi konaklama ve seyahat kavramlarını içerdiği gibi bireylerin istekleri ve arzularına göre şekillenen süreci de benimsemiş ve buna bağlı olarak farklı ülkeler tarafından turizmin tanımlaması konusunda bazı değişiklikler yapılmıştır (N. Kozak vd. 2014:4).

Tablo 1: Turizm Kavramlarında Ülkelerce Yapılan Önemli Değişiklikler

Kurum/Kuruluş	Tanımlamalar
Kanada Turizm Komisyonu	Seyahatlerde 80 km. şartı aranır – Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir - İş vb. amaçlı geziler ve rutin turlar
Ontario Turizm Bakanlığı	Günü birlik tur sınır 40 km'dir- Konaklamalı turlar da bir sınırlama yoktur – Toplam konaklama ve seyahat süresi 12
Seyahat Endüstrisi Kuruluşu (ABD)	Seyahat olarak sayılması sınırı 128 km (80 mil)'dir.
New Hampshire Eyaleti (ABD)	Kişilerin yaşamış oldukları yerden olan uzaklığına, zamanına ve harcama miktarı dikkate alınmaksızın, sürekli olarak
Tayvan Turizm Bürosu	12 aylık süreyi aşmaksızın kişilerin yaşadıkları yer dışına gerçekleştirmiş oldukları seyahatleri kapsar ancak alışveriş, iş
Avustralya Turizm Araştırma Bürosu	Konaklamalı seyahatlerin sınırı 40 km'dir – süre en fazla 12 aydır – Gününbirlik turlarda ve bazı özel durumlarda sınır 50
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)	Altı ayı aşmamak şartıyla kişilerin sürekli yaşadıkları yer dışında konaklamalı yapmış oldukları seyahatlerdir. Eğitim
Yeni Zelanda Turizm Danışma	Kişilerin sürekli yaşamış oldukları yer dışına belirli süreler dâhilinde gerçekleştirdikleri konaklamayı da içeren
Türkiye İstatistik Kurumu	İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat (Türkiye) süreyle yapılan seyahatlerdir.
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı	Kişilerin sürekli yaşadıkları yer dışına gerçekleştirmiş oldukları seyahatlerdir. Kendi ülkesi sınırlarında 6 ay, ülke dışına yapılan seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.

Kaynak: (N. Kozak vd., 2014: 4, Uyarlanmıştır)

Turizm kavramı tanımlanırken karşılaşılan zorluklardan biri tam olarak kavramın sınırlarının belirlenememesidir, bunun sebebi turizmin karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır. Her ne kadar turizm kavramının tanımı yapılırken belirli sınırlar çizilmeye çalışılsa da turizmin gelişmesi ve geniş bir alana yayılmasıyla yapılan tanımların da aslında gerçeği yansıtmadığı anlaşılmaktadır. Bundan dolayıdır ki turizmin belirgin bir tanımını yapmak ve bunu birkaç satıra sığdırmak mümkün olmamaktadır (Olalı ve Timur, 1986:5).

1.2. Dünya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi

Tarihin ilkel dönemlerine kadar gidildiğinde o dönemde bile insanların bölgeler arası seyahate eş değer hareketlilikler gerçekleştirildiği görülür ancak bu seyahat etme kavramı günümüz seyahat etme kavramından oldukça farklıdır. İkel dönemde insanların yapmış oldukları bu seyahatler tamamen insanların fiziksel ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleşmiştir ve tarihte yapılan bu seyahatlerin verimli topraklar bulma amacıyla yapıldığı yazmaktadır. Verimli toprak arayışı, toprağa bağlanmış olarak algılanan bir yaşam biçimidir, bu yaşam formunda gereksinimlerin dolaylı yoldan sağlanması esastır. Bu bağlamda değişim ve hareketliliğe aracılık edenler tarih kitaplarında tacirler olarak alınmaktadır (Eralp, 1983:1).

Tarih ticareti ilk yapanların Sümerler ve bugünkü manada gezgine karşılık gelebilecek yer değiştirme hareketini gerçekleştiren ilk topluluğunda Fenikeliler olduğunu yazar (N. Kozak, 2012:39). Sümerlerin yazıyı, Lidyalılarında tekerlek ve parayı keşfetmesi ticaretin gelişmesine ayrıca bir katkı sağlamış ve seyahat çağının başlangıcının tetikleyicisi olmuştur yaşanan gelişmeler aynı zamanda seyahatlerin başlangıç tarihinin M.Ö 4000’li yıllara kadar gittiğinin de bir göstergesidir (Toskay, 1989:76).

Modern anlamdaki turizme en yakın turizm olayı Eski Yunan döneminde görülmeye başlamıştır. Bunun en güzel örneği ise M.Ö.700 yıllarında Olimpiyat Oyunları’nın başlamasıyla çok sayıda turistin/gezginin oyunlar için Eski Yunana

geldiğinin biliniyor olmasıdır. Tarihi incelediğimizde, merak edip seyahat edenler olarak ilkçağların bize işaret edeceği kişiler, belki sadece Heredot ve Paunaias olacaktır. Tarihçi ve coğrafyacı olan Heredot, M.Ö.480-421 yıllarında mensubu olduğu ülkenin ilk turistlerinden birisi olmuştur. Heredot, gerçekleştirmiş olduğu ziyaretlerde yörenin geleneklerini ve göreneklerini öğrenmeye çalışmıştır (N. Kozak, 2012:39).

Orta çağ dönemine gelinene kadar gerçekleştirilen seyahatler Roma İmparatorluğu sınırlarının dışına çıkmıyordu ancak Orta çağ döneminde sınırlar ötesi yolculuklarla kıtalar arası seyahatlere çıkılmaya başlanmıştır (Çoruh, 1969:2). Orta çağda birkaç maceracı insanın uzun mesafeli seyahatlerine rastlanılmaktadır orta çağ döneminin tanınan en ünlü gezgini Marco Polo, İran ve Afganistan'ı geçerek Pamir Yaylası'nı ulaşmış oradan da Gobi Çölü'nü aşarak Kubilay Han'ın misafiri olmuş ve 20 yıl Çin'de yaşamıştır (N. Kozak, 2012:39). Roma İmparatorluğunun yıkılışı ve karışıklıkların sona ermesiyle ilk çağlarda olduğu üzere yol hizmetlerine, birtakım güçlüklerle ve çeşitli tehlikelere katlanılarak memleketler hatta kıtalar arasında yeniden ticari ilişkiler geliştirilerek süreklilik arz eden uzun mesafeli seyahatler gerçekleştirilmiştir (Çoruh, 1969:2). Ulaşım turizmin ön koşullarından biridir, tarihte ilk düzenli yolları ve ulaşım araçlarını kullanıma sunan Romalılardır. Romalılar olimpiyat oyunlarına, Mısır'daki piramitlere ve sağlık amacıyla kaplıcalara seyahat etme eğilimindeydiler. Geliştirmiş oldukları yollarla günlük 120 ila 150 km yol kat edebiliyorlardı. Romalıların bugünkü turizm olayını katkıları oldukça fazladır ancak tarih sahnesinden silinmeleriyle birlikte seyahatlerde eksilmenin olduğundan bahsedilebilir. (N. Kozak, 2012:39).

Din, sağlık ve ticaret gibi unsurların etkisiyle bazen macera arayan kişilerin tekelinde ilerleme kaydeden turizm, günümüz çağdaş turizm endüstri devrimiyle ulaşmıştır. Endüstri devriminin ortaya çıkışıyla birçok alanda değişiklikler olmuştur. Endüstri devrimi çalışanların rakamsal olarak artması ve takip eden yıllarda kapitalist düzene rakip olarak işçi sınıfına bağlı rejimlerin öncelikle kuramda, sonrasında

uygulamada kendilerini göstermeleri ve çalışanlara ücretli izin ile birlikte birçok hakkın verilmesini sağlamıştır. Tarihte birçok olayda olduğu gibi olaylar ve sonuçları arasında yakın bir bağ mevcuttur. Endüstri Devrimi ile yaşanmaya başlanılan turizm olayı ise gelişmelerle oldukça yakın bir ilişki içerisinde (N. Kozak, 2012:40-41).

Endüstri devriminin başlangıcını simgeleyen olay ise 1770’te iplik bükme makinası buluşudur atılan bu adımda, sistemli bir ulaşım geçinceye kadar turizmde yapısal bir değişiklik yaratmamıştır ancak 1750’lili yıllardan sonra karayolu şebekesinin daha uzak yerlere uzandığı ve araçların yollara uygun bir teknolojiye göre yapıldığı bilinmektedir (Eralp, 1983:11). Turizm endüstrisinin günümüzdeki gelişme düzeyine ulaşması, yukarıda bahsedildiği gibi endüstri devrimi beraberinde hız kazanmış, modern turizmin ortaya çıkışını sağlayan unsurlar bu dönem sonrasında meydana gelmeye başlamıştır. Turizmin gelişimine etki eden boş zamanın artması, teknolojik gelişmeler, kentleşme, nüfus artışı, insan ömrünün uzaması, ücretli tatil, sosyal güvenlik ve seyahat özgürlüğü gibi toplumsal olguların her biri Endüstri devriminin ya tamamen bir ürünüdür ya da bu dönem beraberinde gelişmeye başlamıştır (N. Kozak, 2012:41).

1830’lu yıllarda taşımacılıkta demir yolunun gelişmesi ve buhar gücüyle çalışabilen gemilerin kullanıma sunulması amacı zevk olan seyahatlerin geniş çaplı kitleler arasında yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır (Budak, 2000:10). II. Dünya savaşı sonrasında Dünya genelinde hızla gelişim gösteren turizm ilk olarak Thomas Cook isimli bir İngiliz’in 1841 yılında İngiltere’nin Leicester kentine yaklaşık 20 km uzaklıktaki bir alanda düzenlenen festivale, 571 kişilik bir turist kafilesini götürmesiyle başlamıştır. İlk tur düzenleyen kişi vasfına sahip olan Thomas Cook düzenlemiş olduğu bu turdan 1 şilin alarak hiç kar elde etmemiştir (<http://www.thomascook.com/thomas-cook-history/>).

Dünya’da ilk düzenli gemi işletmeciliğinin ise 1838’de New York’tan İngiltere’ye 68 yolcu ile sefer yapan Great Western ile başladığı bilinmektedir.

Turistik gezi amaçlı gemi seyahatleri 1838'ten itibaren oldukça fazla ilgi görmüş ve bu ilgi I. ve II. Dünya savaşları esnasında yaşanan duraksamalar ile birlikte 1950'li yıllara kadar devam etmiştir (Budak, 2000:10). I. Dünya Savaşı dönemine kadar uzanan dönemde temel ihtiyaçlar dışında kalan lüks tüketim olarak görülen turizm, II. Dünya Savaşından sonra özellikle 1960'lı yıllara kadar olan dönemler içerisinde kültürel bir boyut kazanmıştır. Fakat bu dönemlerde dâhil turizm zengin kişilerin zevk ve yeni yerler görmek için gerçekleştirmiş olduğu seyahatler olmaktan öte gitmemiştir. Günümüzde zorunlu bir ihtiyaç olarak görülmeye başlayan turizm gelişmiş ülkeler başta olmak üzere büyük çaplı bir sektör haline gelmiştir. Ülkeler, kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör ve bireyler için tüketim ve geçim kaynağı şekline dönüşmüştür. Turizm haricinde herhangi bir iş kolu ya da sektörden kazanç sağlamadan sadece turizmden elde ettikleri gelirlerle yaşamlarını turizm sektörüne bağlayan oldukça fazla kişi vardır. Diğer bir deyişle, eski geçim kaynağını tamamen terk ederek kazancının daha iyi olması nedeniyle turizmle uğraşan kişi ve topluluk sayısı giderek artmaktadır (C. Boz, 2006:16).

1.3. Türkiye'de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de ilk turizm hareketi 1923'ün Eylül'ünde Seyyahin isimli Türk Cemiyet'inin kurulması ile başlar. Cemiyet İstanbul ve Bursa gibi önemli şehirlere geniş çaplı seyahatler gerçekleştirmeyi amaç edinmiş ve yurt dışına buralarda bulunan kültürel ve tarihi mirası tanıtmayı amaçlamıştır. Cemiyet ilk iş olarak kurvaziyer gemileriyle gelen turist kabilelerinin limandan geçişlerini kolaylaştıracak önlemlerin alınmasını sağlamış, turistlerin küçük vapurlarla taşınması konusunu bazı kuruluşlarla anlaşmalar sağlayarak kabul ettirmiş ve taksi kayıt tarifeleri hazırlatmıştır. Cemiyet daha sonra Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu ismini almıştır (Başol, 2012:354). Fakat turizmin Türkiye'deki geçmişi sadece bu dönemle başlamıştır denilemez Türkiye'de turizm cumhuriyet öncesine Osmanlı dönemine kadar uzanmaktadır. Turistik hareketlilik Osmanlı İmparatorluğu'nun, geniş bir

coğrafi alana yayılmış olması ve bölgeler arasındaki ticaret hacminin yüksek olması nedeniyle ticari amaçlı devam ettirilmiştir (Avcıkurt vd., 2013:4).

Türkiye'deki ilk turizm hareketlilikleri ile ilgili verilebilecek örnekler içerisinde Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkiye'ye getirilen buharlı gemiler örnek gösterilebilir. Deniz taşımacılığındaki gelişim II. Mahmut döneminde buharlı Kırlangıç isimli geminin alımıyla başlamıştır, Tersane-i Amire tarafından 1829 yılında alınan buharlı gemiler Sagir (küçük) ve Kebir (büyük) ile de gelişimin aşamasını genişletmişlerdir. Aynalıkavak Tersanesi'nde aynı yıllarda Eser-i Hayır isimli geminin inşasına başlanmış ve aynı tersanede, Tairi Bahri ve Mersin Bahri isiminde iki gemi daha inşa edilerek bu gemilerle Tekirdağ ve Bandırma seferleri gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda bahsi geçen bu gemiler Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün de temellerinin atılmasında etkili olmuştur. 1838 yılında bu gemilerden sonra Fransa'ya sefer gerçekleştirmek üzere "Peyki Sevket Vapuru" inşa edilmiştir (N. Kozak, 2012:125).

Bunların yanı sıra, 1846'da İstanbul'da bulunan Aya İrini kilisesinin askeri müzeye dönüştürülmesi, 1863 yılı ilkbaharında İstanbul'da Sergi-i Umumi-i Osmani isimli ulusal bir fuarın açılması. Yine aynı yıl İstanbul'da bir seyahat acentesinin kurulması ve 1890 yılında Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik edilecek 190 sayılı Nizamname'nin çıkarılmış olması Türkiye turizminde önemli olarak kabul edilir. Fakat Osmanlı İmparatorluğu döneminde zamanımızdaki anlayışa yakın bir görüş ve düşünceye, diğer ülkelerde başlatılmış olan çalışmalara benzer girişimler ve turizm amaçlı özel ya da resmi bir kuruluşa rastlanılmamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006:69).

1890 yılı ve sonrasında Osmanlı İmparatorluğunun parçalanma sürecine girmesi ve yeni Türkiye Cumhuriyeti devletinin kurulma aşamasının başlaması turizmin gelişimine engel olmuştur (Öztaş ve Karabulut, 2006:69). Daha sonraları Osmanlı İmparatorluğunun dağılması ve I. Dünya savaşının da etkileriyle turizme

ilişkin çabalar geniş ölçüde duraksamıştır. Turist gönderen ülkelerin başında gelen ülkelerle savaşa girilmiş olması ve turistler için seyahat güvenliğinin azalması duygusunun yanı sıra yabancılara olan güvenin de yitirilmesi turizmin gelişmesine engel olan önemli nedenlerden olmuştur (Barutçugil, 1986:69)

Türkiye’de turizminin gelişimine ilişkin çabalar Cumhuriyet Dönemi ile birlikte yeniden başlamıştır. Yukarıda da bahsedildiği üzere turizm alanındaki ilk girişim, 1923 yılında ‘Türk Seyyahin Cemiyeti’ olarak kurulan ve sonrası ismi ‘Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu’ adını alarak kamu yararına çalışan kuruluşlar arasına alınan derneğin kuruluşu olmuştur. Resmi bir turizm örgütünün olmadığı dönemlerde yıllar boyu nitelik bakımından bu anlamda görev yerine getirmiş olan kurum, turizmi geliştirici yayınların oluşturulması, tarihi eserlerin korunması ve yabancılara Türkiye’nin tanıtılması gibi amaçlar doğrultusunda hizmetler vermiştir (Barutçugil, 1986:69).

Türkiye Turizmi planlı dönemler eşliğinde gelişim göstermiştir. Planlı dönem öncesi Türkiye’de 1923 yılında başlamış olan turizm çalışmaları 1923-1950 yılları arasında oldukça sınırlı gerçekleşmiştir (Barutçugil, 1986:69). Türk kamu yönetiminde turizmin yer alması ilk olarak 1934 yılında İktisat Vekâleti bünyesinde olan Türk Ofis’ine bağlı bulunan Turizm Bürosunun kurulmasıyla gerçekleşmiştir (Barutçugil, 1986:69). Yine cumhuriyet döneminde turizme ilk olarak 1937 yılında zamanın hükümet programı içerisinde turizmin öneminin kabul gördüğü şekilde yer verilmiştir (Olalı vd., 1983:241). 1939’da Ticaret Bakanlığına bağlı bir turizm müdürlüğü kurulmuş akabinde 1943 yılında turizm ile ilgili işler bakanlığa bağlı olarak kurulan Basın Yayın Genel Müdürlüğü’ne devredilmiş ve turizm kurumun görevleri arasında kabul görmüştür. 1949 yılı itibariyle Basın – Yayın ve Turizm Müdürlüğü ismini alarak çalışmalarını devam ettiren örgüt kendi içerisinde turizm işlerinde etkin olabilmek için birde Turizm Dairesi oluşturmuştur. Fakat Turizm Dairesi ve akabinde oluşturulan Turizm Danışma Kurulu, beklenen hizmetleri gerçekleştirememiş ve başlangıç döneminin zorluklarına karşı yeterli derece etkinlik

sağlayamamıştır. 1948 yılında toplanan I. Turizm Danışma kuruluna sunulan rapor ve öneriler ile hazırlanan Turizm Ana Programına bir taban oluşturulması amaçlanmış fakat belirlenen politikalar uygulanamadığı gibi daha sonraki zamanlarda oluşturulacak yeni bir turizm politikasına da gereken önem gösterilememiştir (Barutçugil, 1986:69-70). 1939 yılından 1961 yılına kadar olan dönemde hükümet programları arasında turizm alanı ile ilgili önemli bir vurgulama yapılmadığı gözlemlenmektedir (Olalı vd., 1983:241).

Türkiye de planlı dönem öncesinde turizm alanında yapılacak yatırımların özendirilmesi konusu ilk 24.03.1950 tarihli Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu ile ele alınmıştır ve aynı yıl Türkiye Emlak Kredi Bankasında bir milyon TL tutarında bir Turizm Kredisi Fonu oluşturulmuştur. Akabinde 1953 yılında 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu çıkarılarak turizm politikalarını saptamak ve turizme ulusal ekonomi içerisinde yer verecek girişimlerin hızlandırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Yine 1955 yılında başta Ziraat Bankası olmak üzere diğer bankalarında katılımıyla 10 Milyon TL sermayeye sahip T.C. Turizm Bankası kurulmuştur. 1962 yılı itibari ile 300 milyon TL sermayeli bir kuruluş haline gelen bu banka AID (Agency for International Development) tarafınca oluşturulan turizm fonlarından önemli kaynakların % 4-5 faizle 20 yıla varan vadeler şeklinde kredilerle aktarılmasını sağlamıştır. Banka aynı zamanda Abant, Kilyos, İstinye, Yenikoy, Akçay, Çeşme, Marmaris ve Uludağ gibi bölgelerde Türkiye turizminde önemli bir yer teşkil eden örnek tesislerin kurulmasını sağlamıştır (Barutçugil, 1986:69-70). 27 Mayıs 1960 itibariyle ülkede baş gösteren ihtilalden dolayı yeni gelişmeye başlamış turizm sektörü tamamen bir durgunluk içerisine girmiştir. İhtilalin devamında ki aylarda, yıkılan iktidarın bu alanda bulunan tüm girişimleri hakkında yoğun soruşturma ve kovuşturma olayı başlatılarak daha başlamamış olan birçok yatırım durdurulmuş, devam eden projeler iptal edilmiş ve krediler geri çekilmiştir. 1962 yılı itibariyle ihtilalin neden olduğu uygulamaları durduran mevcut durum gevşetilerek

yatırımların bir kısmının bitirilmesine olanak sağlamıştır (Ünlüöner ve Tayfun, 2013:4).

Planlı dönem öncesinde Türkiye turizmini anlamlandırmak için 1950-1962 yılları arasına ilişkin bazı istatistiki bilgilere yer vermek fikir edinebilmek adına sağlıklı olacaktır.

Tablo 2: 1950-1962 Yılları Aralığında Türkiye Turizmi Verileri

Yıl	Turizme Elverişli Yatak Miktarı	Gelen Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (000 \$)	Turizm Giderleri (000 \$)	Gelir-Gider Dengesi
1950	3.300	28.625	-	-	-
1951	-	31.377	4.317	573	3.744
1952	6.219	38.837	2.287	721	1.566
1953	-	70.055	2.350	612	1.738
1954	-	71.331	1.771	612	1.159
1955	9.000	79.369	1.979	625	1.354
1956	-	99.414	2.459	1.266	1.229
1957	-	100.803	1.041	270	771
1958	-	114.744	1.535	23	1.512
1959	12.326	126.610	4.756	1.156	3.600
1960	14.200	94.077	5.460	673	4.787
1961	-	129.104	6.880	3.977	2.903
1962	22.050	172.867	7.316	8.658	1.337

Kaynak: (Barutçugil, 1986:71 uyarlanmıştır)

Türkiye turizminin dönüm noktası 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığının kurulması olmuştur. 2 Temmuz 1963'te çıkartılan 265 sayılı kanunla Türkiye turizmi kurulan bakanlığın görevleri arasında yer almıştır. Bakanlık iç ve dış turizmin gelişimini sağlamak, turizmin ulusal ekonomi içerisinde yer almasını sağlamak, ülke de bulunan turizme uygun tüm olanakları değerlendirmek, turizm alanında çalışmalar yapmak, yaptırmak, düzenlemek, özendirme ve yol gösterici olmak gibi görevleri üstlenmesinin yanı sıra Türkiye'yi tanıtıcı hizmetlerde de bulunmak için çalışmalara başlamıştır (Barutçugil, 1986:70).

Bakanlığın kuruluşuyla birlikte ekonomik gelişim modeli olarak ‘planlı kalkınma modeli’ kabul edilmiş ve yeni dönem 1962 yılı içerisinde kabul edilen geçici bir plan ile başlamıştır (Öztaş ve Karabulut, age:8-89). Planlı döneme geçiş ile Türkiye turizmi de beş yıllık kalkınma planları içerisinde dâhil edilerek sektör bazlı faaliyetlerin düzenlenmesi ve gelişmesi amaçlı çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Olalı ve Timur, 1985:22). 1963-1967 yıllarını kapsayan birinci beş yıllık kalkınma programının amacı turizmle alakalı uygulanacak ana politika ve ilkeler, ödemeler dengesi açığı kapatılması, Türkiye’ye yönelmiş olan turizm talebinin değerlendirilebilmesi, zengin doğa ve tarih kaynaklarının geliştirilmesi yönünde yatırım yapılması, tanıtma ile alakalı faaliyetlere önem verilmesi bunların yanı sıra turizmin çeşitli alt dallarının canlandırılması olarak belirlenmiştir (Barutçugil, 1986:71-72).

İkinci beş yıllık kalkınma programı olan ve 1968-1972 yıllarını kapsayan program turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam anlamıyla yararlanarak turizm gelirlerini, yabancı turist sayısını ve ortalama harcama miktarlarını artırmayı amaçlamıştır. Üçüncü beş yıllık kalkınma programı ise 1973-1977 dönemini kapsamaktadır bu dönem de turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizmin gerekliliklerine uygun şekilde faaliyet gösterecek özel sektör yapısının ele alınması, özel sektörün yabancı sermayeli yatırımlarda yetersiz kalması gibi durumlarda devletin devreye girmesiyle birlikte sektördeki tüm organizasyonların ve kamu denetiminin kitle turizm esaslarına uygun hale getirilmesi amaçlanmıştır (Barutçugil, 1986:71-72). Cumhuriyetten sonra turistik alandaki gelişme 1980 ve sonrasında oldukça fazla ve önemli düzeyde gerçekleşmiştir. Bahsedilen dönemde Türkiye turizmde benzerine az rastlanan bir gelişme elde edildiği gibi birkaç yılda da elde edilen turistik arz kapasitesi, kazanılan döviz miktarı ve ulaşılan yabancı misafir sayısında büyük gelişmeler yaşanmıştır (Öztaş ve Karabulut, 2006:9).

Planlı dönem ile birlikte ortaya çıkan turizm alanı gelişiminin boyutlarını daha iyi anlayabilmek adına aşağıdaki tabloda 1963-1983 yılları arasına tekabül eden

Türkiye'nin ağırladığı misafir sayısı, planlanan hedef ve gerçekleşme oranı gibi değerlere yer verilmiştir.

Tablo 3: Planlı Dönemde Hedeflenen ve Gelen Yabancı Misafir Sayısı

Yıllar	Planlanan Hedef	Gelen Yabancı Misafir	Gerçekleşme Oranı (2/1x1000)
1963	200.000	198.841	99.4
1964	240.000	229.347	95.6
1965	288.000	361.758	125.6
1966	345.000	440.534	127.7
1967	415.000	574.055	138.3
1.BYKP Top.	1.488.000	1.804.535	121.3
1968	588.000	602.996	102.6
1969	735.000	694.229	94.5
1970	920.000	724.784	78.8
1971	1.150.000	926.019	80.5
1972	1.435.000	1.034.995	72.1
2.BYKP Top.	4.828.000	3.982.983	82.5
1973	1.243.000	1.341.527	107.9
1974	1.404.000	1.110.298	79.1
1975	1.586.000	1.540.904	97.2
1976	1.792.000	1.675.846	93.5
1977	2.026.000	1.661.416	82.0
3.BYKP Top.	8.051.000	7.329.991	91.0
1978	1.910.000	1.644.177	86.1
1979	2.178.100	1.523.628	70.0
1980	2.461.300	1.288.060	52.3
1981	2.756.600	1.405.311	51.3
1982	3.087.700	1.391.717	45.0
1983	3.458.300	1.625.099	46.9
4.BYKP Top.	13.942.000	8.877.992	63.6

Kaynak: (Barutçugil, 1986:74 uyarlanmıştır– DİE ve T.T.B İstatistikleri)

Türkiye’de 1963 yılından başlayan ve 1980’li yıllara kadar gelinen dönem de ağırlanan misafir sayısı, turizme ilişkin gelirler ve kişi başına tekabül eden harcama düzeyindeki gelişim genel olarak kalkınma planlarında ön görülmüş olanın gerisinde kalmıştır. 20 yılı aşan planlı kalkınma dönemi turizm çalışmalarının genel olarak bir değerlemesi yapıldığı da uygulamaya koyulan tüm beş yıllık planların ve icra programlarının içerisinde yer alan yatırım ve tedbirlerin gerçeğe dönüşme oranının

düşük kaldığı görülmektedir (Barutçugil, age:73-80). 1980’li yılların önemli bir diğer olayı turizm ile ilgili olarak çıkarılan kanunların en etkilisi ve dönüm noktası olan ‘‘263 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’dur’’. Yapılan bu yasal düzenleme ile birlikte Türkiye Turizminde önemli derecede teşvikler sağlanmıştır.

Sağlanan teşvikler aşağıdaki gibidir;

-Faizi düşük uzun vadeli krediler

-Yatırımı tetiklemek amaçlı yatırım indirimleri

-Sağlanan finansmanın harç fonundan muaf tutulma,

-İnşaat harcı istisnası,

-Vergi ve harç ödeme istisnası,

-Teşvik primi,

-KDV ötelemesi,

-Yabancı uyruklu personel çalıştırılma izni,

-Döviz temini,

-Elektrik, havagazı ve su temininde öncelik ve indirimli fiyat uygulaması,

-İletişimde öncelik ve indirimli fiyat uygulamasıdır.

Türkiye turizmi sağlanan teşviklerle birlikte oldukça iyi bir yol katetmiştir (Öztaş ve Karabulut, 2006:11). Türkiye turizmi günümüzde Bakanlığın açıklamış olduğu 2014 verilerine göre dış pazar ve iç pazar misafiri olarak 41.415.070 kişiyi ağırlamış ve bunlardan elde edilen gelir 34.305.904 (1000\$) olmuştur aynı zamanda kişi başına düşen harcama ortalaması ise 828(\$) olarak açıklanmıştır. 2015 yılı için yapılan istatistiki açıklamalar da dış pazar ve iç pazar misafiri 41.617.530 kişi, elde

edilen gelir 31.464.777 (1000\$) ortalama harcama ise 756(\$) olarak belirtilmiştir. Yine aynı şekilde 2016 yılına bakacak olursak dış pazar ve iç pazar misafiri 31.363.330 kişi, elde edilen gelir 22.107.440 (1000\$) ortalama harcama ise 705(\$) olarak verilmiştir (<https://www.tursab.org.tr>).

Turizm boş zaman ve tasarrufun kullanımının nasıl sağlanacağına ilişkin ekonomiye dayalı bir karar ile başlamışsa da devamın da yatırım, tüketim, istihdam, dışa satım ve kamu geliri gibi temelleri ekonomiye dayanan yapıya dönüşmüştür (Barutçugil, 1986:80). Günümüzde kitlesel ve parasal bir olgu haline gelen turizminin ülkelerin ekonomilerinde oluşturduğu moneter ve reel karakterli olan etkileri giderek önem kazanmaktadır. Turizm 20. yüzyıl yarısında ülke ekonomilerinin karşı karşıya kaldığı ulusal ve uluslararası temeli ekonomi olan problemlerin çözümünde ve dar boğazların aşılmasında dinamik yapıli ekonomik özellikleriyle bir kurtuluş noktası olmuştur. Kuşkusuz Türkiye ve diğer eşdeğer Dünya ülkeleri ile ilgili siyasal, ekonomik ve toplumsal olumsuzluklar bir yana bırakıldığında, Türkiye'nin de Dünya turizm hareketliliğinde ortaya çıkan gelişmelerden olumlu yönde etkileneceği kesindir (Öztaş ve Karabulut, 2006:11).

1.4. Turizm Türleri

Günümüz turizmin de her geçen gün yeni bir şeylerin ortaya çıkması ve talepte yaşanan değişiklikler doğal ve kültürel mekânların, termal merkezlerin, yaylaların, koruma altına alınan bölgelerin vb. önemli yerlerin turizmin içerisine dâhil olmasını sağlamış ve bunlara bağlı olarak turizm kavramlarında değişiklikler meydana getirmiştir (Emekli, 2005:101).

Turizm türleri konusunda araştırmacılar tarafından birbirinden farklı sınıflandırmaların yapıldığı gözlemlenmektedir. Turizm türlerini sınıflandırma noktasında yapılan bu farklı tanımlamaların iki nedeni bulunmaktadır;

- Birincisi turizm türlerinin arasında bulunan yakın ilişkiden dolayı kesin çizgilerle birbirlerinden ayrılmamalarıdır.

- İkincisi her ülkenin sunmuş olduğu turizm olanaklarına bağlı olarak turizm türlerinin sınıflandırmasında yapmış olduğu değişikliklerdir (N.Kozak vd., 2014:11).

Turizm çeşitlerinin ayırımında araştırmacıların çoğu kişilerin turizm olayına katılmasına neden olan olayı örnek olarak almaktadır. Dolayısıyla kişilerin seyahat etmeye karar vermelerine hangi olay etki ediyorsa bu duruma uygun düşen bir turizm çeşidi ortaya çıkmaktadır (Toskay, 1989:153).

1.4.1. Katılımcı Sayılarına Göre Turizm Türleri

Turizm türlerinin bu şekilde ki ayırımında turizm olayına katılım sağlayan kişilerin sayıları temel alınmaktadır. Kişilerin tek başlarına katıldıkları turizm türüne ‘‘bireysel’’, benzer niteliklere sahip kişilerin katılım gösterdiği turizm türüne ‘‘grup’’, herhangi bir şekilde birbirleriyle bağları olmayan kişilerin katıldığı turizm türüne ise ‘‘kitle turizmi’’ denilmektedir (N. Kozak vd., 2014:13).

1.4.1.1. Kitle Turizmi

20. yüzyıl başlarında önem kazanan turizm olgusu kitle turizmiyle gündeme gelmiştir (Ovalı, 2007:66). Kitle turizmi satın alma gücü sınırlı veya az olan halk kitesine sağlanan özel teşvik ve önlemlerle turizmde satın alma olayına katılmalarıdır (Ünlüönen vd., 2011:21, Akat, 1996:20). 1950’li yıllardan sonra görülmeye başlanan kitle turizmi günümüz turizm olayının belirleyicisi olmuştur (N.Kozak vd., 2001:12). 1950’lili yıllardan bu yana hızlı bir gelişim süreci içerisinde olan kitle turizmi (Ünlüönen vd., 2011:21, Akat, 1996:20) konaklama ve seyahatin büyük ölçüde grup şeklinde gerçekleştirildiği ve kişilerin grupla bütünleşmesinin bilinçli şekilde uygulanmış olduğu bir turizm türüdür (Barutçugil, 1986:5).

Turistlerin kitleler halinde yaşadıkları yerden başka bir yere programlanmış turlarla tatil amaçlı gerçekleştirmiş oldukları kitle turizmi olayı ilk olarak İngiltere de gerçekleştirilmiştir. Kitle turizminin ortaya çıkması iki nedene bağlanmaktadır;

birincisi ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler ikincisi Thomas Cook isimli İngiliz girişimcinin kişisel çabalarıdır. 1862 yılında ilk olarak Thomas Cook tarafından bir grup insan İngiltere'den başka bir ülkeye demir yolu aracılığıyla götürülüp getirilmiştir (Sezgin, 2004:27-28) devamında kitle turizmi 1960'lar sonrasında işçi ve orta gelir sınıfına mensup kişilerin liderlik ettiği bir turizm çeşidine dönüşmüştür (Ovalı, 2007: 65).

Kitle turizmi asıl kimliğini 1970'li yılların sonlarına kadar giden dönemde elde etmiştir (Sezgin, 2004:29) en belirgin özelliği kişilerin paket tur tercih etmeleridir bunun yanı sıra tek seferde katılan kişi sayısının üstünlüğüne sahip olması, gruplarının sürekliliği (back to back)'de kitle turizmi için önemli bir noktadır. Bundan dolayı turizmin gelişim sürecinde üzerinde en fazla durulan turizm türü olmuştur (N. Kozak vd., 2014: 14).

Günümüzde kitle turizmi üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar iki noktada toplanmaktadır. Birincisi, turizm olayına katılım sağlayacak kişilerin maddi yeterliliklerini sağlamak ikincisi ise turizm arzını talebe uygun hale getirmektir (Ünlüönen vd., 2011:21, Akat, 1996:20). Dünya genelinde iyi bir gelişim süreci yakalayan kitle turizmi Türkiye'de ise 1960 yılında yürürlüğe giren ücretli yıllık izin hakkıyla birlikte görülmeye başlamıştır (Ünlüönen vd., 2011: 22, Akat, 1996:20).

1.4.1.2.Bireysel Turizm

Turizm olayında bu tür bir sınıflandırmanın çıkış kaynağı bireysel katılımların temel olarak alınmasıdır (N. Kozak vd., 2014:12). Konaklama ve seyahatin bireysel olarak düzenlenip gerçekleştirilmesiyle birlikte ortaya çıkan turizm türüdür de denebilir (Barutçugil, 1986:5).

Seyahat eden kişilerin herhangi bir kuruma bağlı kalmaksızın kendi programlarını uyguladıkları bu turizm türüne (Tekeli, 2001:4) katılmalarına en büyük etken ise farklı yerler görme, macera arama ve bunlara benzer arzuları olmaktadır. Dünyamızın giderek "küresel köy" mahiyetine bürünmesi ve seyahat olayındaki

gelişmeler insanların bireysel turizme katılma eğilimlerini tetikleyen nedenler arasındadır. Çünkü insanlar içerisinde yaşamış oldukları Dünyanın her yerinden kendilerini sorumlu görmekte ve bu nedenle de Dünya üzerinde bulunan tüm kültürleri tanımak istemektedirler (N. Kozak vd., 2001:13).

Dünya üzerinde kitlesel boyutla başlayan turizm hareketliliği yerini bireysel turizm hareketlerine bırakmıştır. Bu modelden hareketle, alternatif turizm türlerinin yaygınlaştırılması, bireysel turizmi ön plana çıkartmaktadır denilebilir. Bireysel turizm türü turistik harcamanın daha fazla olmasını sağlamaya odaklanmaktadır ve bu amaca yönelik olarak turizm alt ve üst yapısı gelişmektedir (Tunç ve Saç, 1998: 37-38).

1.4.1.3. Grup Turizmi

Grup (Kollektif) Turizmi, ağırlıklı olarak ilgi gruplarının katılım gösterdiği turizm türüdür. Belirli meslek grubuna mensup kişilerin bir araya gelerek turizm olayına katılmalarını esas alır. Türkiye’de de meslek grupları ve kulüplere hizmet veren işletmelerin sayılarının giderek arttığı bilinmektedir (Tunç ve Saç, 1998:38-39). Kitle turizmine benzer nitelikte olan bu turizm türünü Kitle Turizm’inden ayıran kişi sayısının belirli olması ve süreklilik arz etmemesidir (N. Kozak vd., 2001:14).

1990’lı yıllara kadar gelinen dönemde yukarıda bahsi geçmekte olan turizm türlerin içerisinde yer almakta olan deniz-kum-güneş (3S) üçlüsü turizmi ön plandaydı. 1990’lı yıllardan itibaren tüketici davranış ve taleplerinde yaşanan değişimlerle birlikte yeni anlayışa uygun turizm ürünleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Ülkeler mevcut turizm potansiyelleri çerçevesinde turizmden daha fazla pay alabilmek, rekabet edebilmek ve satılabilir ürünler geliştirmek için farklı strateji yollarına başvurmuşlar ve bunun sonucu olarak Alternatif Turizm kavramı ortaya çıkmıştır (M. Boz, 2004:85).

1.4.2. Ziyaret Yerine Göre Turizm Türleri

Turizm hareketliliği turist olarak adlandırılan kişilerin gelmiş oldukları yer veya ziyarete gittikleri yere göre iki gruba ayrılır. Bunlarda birincisi iç turizm ikincisi ise dış turizmdir. Bu tür bir sınıflandırma kişilerin turizm olayına katılma yönünü esas alınır ve bunlara ulusal turizm ve uluslararası turizmde denilmektedir (N.Kozak vd., 2001:14)

1.4.2.1. İç Turizm

Kişilerin kendi ülkesinin sınırları içerisinde katılım sağladıkları bir turizm çeşididir. İç turizm ekonomik anlamda bir döviz girdisi sağlamaz ve bu turizm türüne katılan kişiler pasaport, yabancı dil, vize gibi şeylere ihtiyaç duymazlar. İç turizm döviz girdisi sağlamaz ancak ülkenin bölgeleri arasında milli gelirden dengeyi sağlar. Ekonomik anlamda iç turizm milli gelirin dengeli dağılımını sağlaması haricinde kişilerin diğer bölgelerde olan doğal güzellikleri ve farklı kültürleri keşfetmesinde de etkilidir. Kişilerin turizm bilincini artırmasında oldukça etkili olan iç turizm turist bilincinin gelişmesinde de önemli rol oynar. Türkiye de iç turizm pazarı ikinci 5 yıllık kalkınma planlı dönemiyle birlikte gündeme gelmiş ancak istenilen ölçüde geliştirilememiştir (N.Kozak vd., 2001:14).

Turizm pazarının belli bir yer edinmesi için ülkenin iç turizm pazarı geliştirilmez, önem verilmez ve ülke vatandaşlarına böyle bir ihtiyacın olduğunun bilgisi verilmezse ülkenin ihtiyaç duyduğu dış pazar payı da oluşturulamaz. Bununla bağlantılı olarak yabancı turist hareketliliği beklenemez ve bu alanda bir süreklilik arz edilemez. İç pazar turizmi ülkenin sermaye sirkülasyonuna, ekonomik gücüne, iş potansiyelinin gelişmesine, ülkeye olan bağlılığın gelişmesine, milliyetçiliğin artmasına ve tüm bunların yanı sıra ülkenin imarlaşmasına ve kalkınmasına yardımcı olur (Çoruh, 1969:11).

Türkiye turizmi üzerine yapılan incelemeler genellikle dış turizm pazarı ve yabancı misafirler üzerinden ilerlemektedir. Ancak unutulmamalıdır ki iç turizm

pazarı ülkelerin turizm pazarlarına olumlu yönde etki eden ve dış turizm pazarını destekleyen bir güçtür. Yıllar boyu bu gerçeği göz ardı eden turistik işletmeler son dönemde turist ayırımı yapmamaktadırlar. Önceleri yerli turisti istenmeyen ilan eden işletmeler kontenjanlar ayırmaya başlamışlardır (Kuşluvan ve Eren, 2013:59).

1.4.2.2. Dış Turizm

Dış turizm ülkelerin vatandaşlarının başka bir ülkeye seyahatlerini kapsar. İç turizmin tam tersine pasaport, vize, yabancı dil bilgisi gerektirdiği gibi gittiği ülkenin dövizini ya da Dünya üzerinde tüm ülkeler de geçerliliği olan bir döviz çeşidini de gerektirmektedir. İç turizmden ayrılmasında etkili olan en önemli özelliği gidilen ülkeye döviz kazandırmasıdır. Dış turizm kendi içerisinde aktif ve pasif olarak iki gruba ayrılır. Dış pasif turizm bir ülkenin vatandaşlarının yurt dışına gerçekleştirdiği seyahatleri ifade eder. Ödemeler dengesi kapsamın da bu turizm türü dövizin ülkeden çıkışını ya da ithal edilmesinin etkilerini gösterir. Aktif dış turizm ise ödemeler dengesi kapsamında döviz kazandırıcı etkiye sahiptir ve ülke ekonomisine ihracat etkisi yapar. Türkiye ekonomisinin de zaman zaman kendini gösteren dar boğaz ekonomisinin aşılmasında dış aktif turizm önemli bir turizm politikası olarak işlev görür. Ayrıca dış turizm ülkeler arası kültürel etkileşimler, diğer kültürlerle saygı ve farklı kültürleri öğrenme konusunda toplumlara katkılarda bulunur (N.Kozak vd., 2001:15).

Son dönemde dış turizm pazarı algısı incelendiğinde, dış turizm pazarı tüm katkılarından ziyade ekonomik bir olay olarak görülmektedir. Uluslararası turizm pazarında böyle bir algı sadece döviz getiren turist kavramının benimsenmesine de ortam hazırlanmıştır. Benimsenmeye çalışılan bu turist kavramı aynı zamanda ülkeye gelen yabancı kişilere has bir kavrama dönüştürülmeye çalışılmıştır. Ancak gerçekte iç pazar ve dış pazar turizmi birbirlerini tamamlayan kavramlardır. Bu bakımdan dış pazar turizmi ve turisti ile iç pazar turizmi ve turistini birbirinden ayrı kavramlar olarak düşünmek yanlış bir düşünme tarzı olur (Çoruh, 1969:11-12).

1.4.3. Katılımcı Yaşlarına Göre Turizm Türleri

Yaş kavramı turizm olayına katılmada etkili olan etmenlerdendir. Kişilerin yaşları ve turizm olayına katılımları arasında yakın bir bağ vardır. Yaş kriterleri dikkate alındığında üç ayrı turizm çeşidi karışımına çıkmaktadır ve ‘‘Gençlik’’, Orta Yaş (Yetişkin)’’, ‘‘Üçüncü Yaş’’ turizmi olarak adlandırılmaktadırlar (N.Kozak vd., 2001:15).

1.4.3.1. Gençlik Turizmi

Yaş aralığı olarak 15-24 yaş grubu kişilerin ebeveynleri ve diğer aile üyeleri yanlarında bulunmaksızın katılım sağladıkları turizm türüdür. Yapılan araştırmalar genç olarak kabul edilen kişilerin turizm olayına katılmaya daha fazla eğilimli olduğunu göstermektedir (N. Kozak vd., 2001:15).

Türsab (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)’ın yapmış olduğu tanıma göre gençlik turizmi; 7-27 yaş arası bireylere yönelik eğitim, spor, kültür ve eğlence odaklı içerisine konaklama, seyahat ve rehberlik gibi hizmetlerin dâhil edildiği turizm türüdür (www.tursab.org.tr).

Gençlik Turizmi kapsamına dâhil olan kişilere ağırlıklı olarak sunulan hizmetler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Genç yaş grubuna hitap eden kamp düzenlemeleri
- Gençlerin çalışma hayatını tanımaları adına gönüllü çalışma kampları
- Yabancı dil öğrenme ve diğer eğitim olanakları için yurt dışı yaz okulu ve yaz kampları
- Okul gezileri
- Gençlerin içinde buldukları rutin durumu değiştirmek için Gençlik Festivalleri

Sunulan bu hizmetler paket tur özelliklerinde olduğu gibi ulaşım, konaklama ve rehberlik hizmetlerini de kapsamaktadır ve tüm bu hizmetler süre olarak üç gün ila üç ay arasında değişiklik gösteren zaman dilimlerinde gerçekleşmektedir (www.tursab.org.tr). Ayrıca gençlik turizmine katılan kişilerin sınırlı bütçeye sahip olmaları yani aileden elde edilen gelir ya da öğrencilik ödenekleri ile seyahat etmeleri bir çok ülkenin turizmi içerisinde ‘sosyal turizm’ olarak da geçmektedir (N.Kozak vd., 2001:16).

1.4.3.2. Orta Yaş Grubu Turizmi

Genellikle 25-60 yaş arası yetişkin kişilerin katılım sağladıkları turizm türüdür. Orta yaş grubu turizmine katılan bireyler henüz yoğun iş hayatı içerisinde değildir. Genel olarak bakıldığında bireyler evli ya da düzenli bir aile hayatına sahiptirler. Turizm olayına bu tür katılımlar yoğun olarak yaz aylarında gerçekleşir. İş yaşamlarındaki değişimler, ekonomik koşullar orta yaş grubu turizmini fazlasıyla etkiler. Turizm olayına katılım için genellikle tüm ailenin uygun olduğu bir zaman dilimi tercih edilir. Turizmin bu türünde tatile çıkmak için en uygun zamanın yanı sıra en uygun ve rahat olabilecek bir ulaşım aracı tercih edilir. Kişiler ulaşım için kendi araçlarını tercih ederler ki bu da bu turizm grubunun en önemli özelliklerinden biridir ve tatil sürelerini olabildiğince uzun tutarlar (N. Kozak vd., 2001:16).

1.4.3.3. Üçüncü Yaş Grubu Turizmi

Üçüncü yaş turizmi için belirli bir tanım yapmak güç olmakla birlikte 60 yaş ve üzeri yaş grubunda yer alan bireylerin katılım sağladığı turizm türüne üçüncü yaş grubu turizmi adı verilir. Gelişmiş ülkelerde teknolojinin gelişimi ve sağlık koşullarında yapılan iyileştirmeler sonucunda insanların yaşam süresi uzamıştır. Uzayan yaşam süresiyle birlikte 60 yaş ve üzeri bireylerin nüfus içindeki oranı artmıştır. Yeterli düzeyde gelir elde etme ve aile sorumluluğunun azaldığı bu dönemde kişiler turizm olayına katılmaya daha yatkındırlar. Turizm potansiyeli açısından önem arz eden bu turizm türü için ülkelerin birçoğu sağlık ve kültür turizmi odaklı yatırımlar yapmaktadır. Üçüncü yaş grubu turizm alanında oldukça

fazla girdiye sahip olan Türkiye bu turizm türüne yönelik uygulamalara ilk kez 1990 yılında başlamıştır (N. Kozak vd., 2001:16).

1.4.4. Katılımcıların Gelir Seviyelerine Göre Turizm Türleri

Turizm genel olarak kişilerin hayatın yoğun temposundan sıyrılmak için gerçekleştirdikleri bir olaydır, bundan dolayıdır ki turizm olayı müsait bir zaman aralığı ve yeterli düzeyde gelir olmasını gerekli kılar.

Turizm olayına katılımda etki eden önemli olaylardan biride kişilerin sosyo-ekonomik durumlarıdır. Bu turizm türü kendi içerisinde iki ayrı gruba ayrılır. Bunlardan birincisi sosyal turizm diğeri ise lüks turizmdir (N. Kozak, 2012:24).

1.4.4.1. Sosyal Turizm

Kamu, özel sektör, diğer paydaşlar ve girişimi birleştiren sosyal turizm genel olarak bir şemsiye kavramı gibi görülebilir. Ekonomik anlamda zayıf olan kişilerin katıldığı bir turizm türü olarak algılanan sosyal turizm kavramı konusunda ilk tanım Hunziker tarafından yapılmıştır. Hunziker'e göre "toplum içerisinde yaşayan dezavantajlı grupların ya da ekonomik açıdan zayıf kesimlerin turizm faaliyetlerine katılmaları noktasında ortaya çıkan bir tür fenomen ve/veya ilişkiler"dir. (Ak ve Özgökçeler, 2013:51-52).

Ancak günümüz turizmin de bu olay sadece ekonomik güç olarak algılanmamaktadır. Ekonomik yetersizliği olan kişilerin yanı sıra bedensel engelli kişilerin turizm olayına katılımı da sosyal turizm sınıfın da alınmaktadır. Sosyal turizm de temel ilke, her birey seyahat hakkına sahiptir ve her birey seyahat fırsatlarına ulaşmalıdır şeklindedir. Sosyal turizm kapsamına giren birey grupları şöyledir;

İşçiler,

Memurlar,

Emekliler,
Gençler,
Bedensel Özürlüler,
Çiftçiler,
Esnaf ve zanaatkârlar.

Sosyal turizm, Dünya genelinde 1936 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından ücretli izin konusunda yapmış olduğu çalışmalarla gündeme gelmiştir (N. Kozak, 2012:24).

1.4.4.2. Lüks Turizm

Lüks turizm gelir düzeyi yüksek olan kişileri hedef alan bir turizm türüdür. Toplumun zengin kısmında yer alan kişilerin katılım sağladığı bu turizm türünde arz ve talep yönelimi de oldukça farklıdır. Sosyete kesimi olarak anılan bu grubun turizm olayına katılımları pahalı otellerde konaklama ve oldukça konforlu transatlantiklerle seyahat etme şeklinde gerçekleşir. Günümüzde seyahat olayına kendilerine özel almış oldukları uçaklarıyla da katılım sağlamaktadırlar. Lüks turizm olayına katılan bireylerin en çok tercih ettiği turizm türleri arasında av turizmi, golf turizmi, kruvaziyer turizmi ve kumar turizmi bulunmaktadır. Ancak otellerde konaklama olayına bakıldığında toplumun diğer kesimlerine nazaran daha az konaklama gerçekleştirdikleri görülür bunun nedeni ise Dünya'nın sayılı güzelliklerle bezeli önemli yerlerinde kendilerine ait mülklerinin olmasıdır (N. Kozak, 2012:26).

1.4.5. Katılımcıların Amaçlarına Göre Turizm Türleri

Bireyler birbirinden amaçları doğrultusunda turizm faaliyetlerine katılım sağlarlar. Son günlerde yapılan turizm sınıflandırmasına bakıldığında Türkiye'de katılanların amaçlarına göre yapılan turizm çeşitlendirmesi üzerinde durulmaktadır. Turizmin bu çeşitlendirmesinin de hedef kitlenin farklı amaçlar doğrultusunda turizme

katılması planlanır ve bu bağlamda bu ölçütlerle oluşturulacak turizm türleri turizmin çeşitlendirmesi konusunda da örtüşür (N. Kozak, 2012:26).

Türkiye geliştirilmesi planlanan katılım amacına göre turizm çeşitleri aşağıdaki gibidir;

- Deniz/Kıyı Turizmi
- Kültür Turizmi
- Kongre Turizmi
- Termal Turizm
- Yat Turizmi
- Mağara Turizmi
- Dağ ve Kış Turizmi
- Av Turizmi
- Golf Turizmi
- İnanç Turizmi
- Akarsu Turizmi
- Kruvaziyer Turizmi (N. Kozak, 2012:26-33).

1.4.5.1. Deniz/Kıyı Turizmi

Deniz, daima turizm için çekicilik unsurlarının en önemlisi olmuştur. Yıllardan beri turizm denince akla ilk olarak deniz-kum-güneş üçlüsü gelmektedir. Günümüz turizminde alternatif turizm çeşitlerinin potansiyeli giderek artsa da deniz turizmi

hala turizm potansiyelinin büyük bir kısmını içermektedir (N. Kozak vd., 2014:116-117).

Deniz/kıyı turizmi kişilerin ikamet ettikleri yerlerden uzak bir bölgeye seyahat etmeyi kapsayan ve temelinde deniz ve çevresi olan bir turizm türüdür. Deniz turizminin gelişimi 1753 yılında Doktor Richard Russell'in kitabında deniz banyosunun sağlık açısından gereklilik arz ettiğinden bahsetmesi ile başlamıştır. Avrupa'da giderek yaygınlaşmış olan bu inanç doğrultusunda insanlar sağlık için olmasa bile denize girmeye başlamıştır. Denize girmenin yanı sıra sahil şeridinde yapılan yürüyüşler ve güneşlenmenin tavsiye edilmesiyle deniz/kıyı turizmine olan eğilim artmıştır. Yıllar geçtikçe daha da yaygınlaşan bu seyahatler sağlık için yapılmaktan çıkıp keyfi yapılan seyahatlere dönüşmüştür (N. Kozak vd., 2014:116).

1.4.5.2. Kültür Turizmi

Kültür farklı anlamlar yüklenerek kullanılan bir kavramdır. Kültür kavramı tek bir kelimedenden ibaret olmasına karşın içerik bakımından oldukça geniş bir alana hitap etmektedir. Kültür sürekli değişiklik gösteren canlı bir olgudur. Bu değişim ve etkisi gelişmiş toplumlarda da gelişmekte olan toplumlarda da süre gelmiş bir durumdur ve bir arada yaşamayı uzun süre önce öğrenen insanoğlunun kimliği haline gelmiştir (M. A. Kozak ve Bahçe, 2012:144-145).

İnsanları seyahat etmeye iten faktörler arasında çekme faktörleri içerisinde yer alan kültür kavramı tarih boyu insanların farklı kültürleri öğrenme istekleri doğrultusunda, kişileri seyahat etmeye çekmiştir. Kültür oldukça eski bir seyahat modelidir ve oldukça eski bir geçmişi vardır. En eski turizm modellerinden olan kültür ile turizm arasında olan ilişkinin net bir şekilde anlaşılması gerekir. Kültür turizmi küçük ölçekli etkinliklerle çatışmayı ve kültürel mirasın daha az zarar görmesini önlemeyi amaçlamaktadır. Amacı doğrultusunda kültürel etkinliklerin ortaya çıkartacağı turizm talebi bölgesel canlanmayı sağlar, bölgede olumsuz

yargıları değiştirir ve yerel halkın kültürel seviyesini artırır (M. A. Kozak ve Bahçe, 2012:144-148).

1.4.5.3. Kongre Turizmi

İnsanların farklı amaçlar doğrultusunda bir araya gelip bilgi alışverişinde bulunmak için genellikle buldukları yerler dışında bir yerde farklı adlarla isimlendirdikleri toplantılar yapmak istemeleri turizm alanında farklı bir boyutun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Özellikle son dönemlerde sayısı giderek artan toplanma olayında planlanan toplantı dışında boş zamanları da değerlendirmek adına farklı aktivitelere yer verilmektedir. Kongre programlarında bu tür aktivitelerin giderek artış göstermesi iş turizmi alanında önemli bir parça haline gelmiş ve ‘‘kongre turizmi’’ olarak adlandırılmıştır (İTO, 2013:15-16).

Genel mana da kongre, ulusal ve uluslararası olmak üzere en az 300 kişinin iştirakiyle gerçekleşen ve amacı bilgilenme olan toplanmalardır. Tanımından anlaşılacağı gibi kongre geçici bir toplanma şeklidir. Belirlenmiş ve sınırları çizilmiş bir program dâhilin de uzmanlık bilgilerinin ve mesleki konuların tartışıldığı genellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin katılım sağladığı bir toplantıdır. Kongre amaç ve faaliyetleri bakımından turizm olayından daha farklıdır. Kongre turizminde amaç bilgi alışverişidir ve belirli bir zaman dilimiyle kısıtlanmıştır. Ancak kongre turizmine ikili bir turizm türü olarak bakmak mümkündür ve turizm olayı kongreyi tamamlayıcı niteliktedir (İTO, 2003:14-15).

Kongreler amaçlarına, düzenlendiği yere, katılımcı sayılarına ve düzenlenme sıklıklarına göre sınıflandırılırlar ancak yapılan sınıflandırma çeşidine baktığımız da kongreler ulusal ve uluslararası olarak sınıflandırılmaktadır. Ulusal kongreler genellikle yapıldığı ülkenin vatandaşlarının katıldığı ve kısa sürekli olan kongrelerdir. Uluslararası kongreler ise ulusal çaplı kongrelere göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir ve en az üç ulusun katılım sağladığı kongreler uluslararası olarak kabul edilir (İTO, 2003:15).

1.4.5.4. Termal/Sağlık Turizmi

Tarihin ilk dönemlerinden bu yana insanların sağlıkları için özellikle termal kaynakların bulunduğu yerlere gittikleri bilinir. Aynı şekilde Dünya’da tıp alanında gelişmiş ülkelerde sağlık turizmi alanına oldukça yoğun bir talep olduğu görülür. Türkiye’de de Kültür ve Turizm bakanlığı bünyesinde ‘‘Sağlık ve Termal Turizmi’’ ana başlığı altında ‘‘Termal Turizm, Sağlık Turizmi, Spa-Wellnes Turizmi’’ alt başlıklara ayrılarak turizm çeşitleri içerisinde dâhil edilmiştir (N. Kozak, 2012:28).

Sağlık turizmi; kısaca sağlık amaçlı gerçekleştirilen seyahatlerdir. Diğer bir deyişle sağlık turizmi fizik-tedavi ihtiyacı duyan kişilerin uluslararası hasta hakkını kullanarak sağlık kurumlarının büyümesine katkı sağlayan turizm türüdür (N. Kozak, 2012:28). Termal turizm ise sağlık turizminin alt dalı olarak algılanan içerisinde mineral barındıran kaynak sularından faydalanarak sağlıklı hissetmeyi amaçlayan bir dizi aktiviteden ortaya çıkan bir turizm türüdür. Eski dönemlerde olduğu üzere günümüzde de insanlar termal kaynaklar aracılığıyla dertlerine deva aramaktadır. Dünya da termal turizm alanına önemli yatırımlar yapıldığı bilinmektedir. Termal turizmi alanında sadece Almanya’da yıllık 8 milyon civarında iç ve dış pazar turistine hizmet verilmektedir. Türkiye’de ise son yıllar da Kültür ve Turizm bakanlığı önderliğinde bazı yatırımlar gerçekleştirilmiştir (N. Kozak, 2012:28).

1.4.5.5. Spor Turizmi

Spor, tarih boyu hem bireysel hem de toplumsal boyutta önemli olmuştur. Spor hareket eden ve ettiren bir kavramdır. Dünya turizmin de eğilim gösterilen turizm türleri incelendiğinde spor turizminin hızlı bir gelişim süreci içerisinde olduğu görülür (www.tuyed.org.tr).

Spor turizmi sportif aktivitelerin gerçekleştirildiği ve bu amaçlar doğrultusunda seyahatlerin yapıldığı bir turizm çeşididir. Spor turizmi konusun da iki ayrı görüş mevcut bunlardan birincisine göre spor turizmini aktif olarak spor yapan kişiler üzerinden değerlendirirken bir diğer görüş ise hem spor yapan kişileri hem de spor

faaliyetlerini izlemeye gelenleri kapsamaktadır. Küresel çaplı turizm büyüme oranı yıllık olarak yüzde 4-5 civarlarında seyrederken spor turizminin yıllık büyüme oranı ortalama yüzde 14 olarak alınmaktadır (www.tursab.org.tr).

Türsab'ın 2014 yılını da yapmış olduğu raporlamaya göre Dünya turizm hacmi 1.2 trilyon ve bu hacmin içerisinde yer alan spor turizmi yaklaşık 180 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahiptir. 2014 yılının 8 yıl öncesine kadar alınan zaman diliminde de 90 milyon kişi Olimpiyatlar ve Dünya Kupası gibi sportif etkinlikler için seyahat etmiştir. Böylesine büyük bir potansiyel arz eden spor turizmi içerisinde Türkiye kendine 14. sırada yer bulmuştur (www.tursab.org.tr).

1.4.5.6. Av Turizmi

Av turizmi avcı olarak nitelendirilen kişilerce avlanma amaçlarını gerçekleştirmek için belirli ilkeler doğrultusunda yapılan etkinliklerdir (www.ormansu.gov.tr). Av turizmi olayı bilinçli bir şekilde gerçekleştirilen, doğaya zarar vermeyen sadece olgunluğuna erişmiş hayvanların avlandığı turizm türüdür. Bazen av turizmi kapsamında avlanılacak hayvanlar özel olarak çiftlikler de yetiştirilir. Av turizmi, Türkiye'de yetmişli yıllarda başlamıştır fakat başladığı yıllarda izinli veya izinsiz olarak bulunduğu dönemin şartlarında merkez av komisyonunun tanıdığı esneklik sayesinde domuz ve kuş avcılığı şeklinde gerçekleştirilmiştir (N. Kozak, 2001:24).

Gerçek manada bilinçli olarak yapılan av turizmi, Antalya iline bağlı düzler çamı bölgesinde dağ keçisi ve domuz avlanması ile başlamıştır ancak 1981 yılı itibarıyla Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Orman Bakanlığının Tarım Bakanlığı ile birleştirilmesi sonucu birim sayısının azaltılması nedeniyle kapatılmış ve bu kapanışla birlikte uzun yıllar Türkiye'de av turizmi gündeme gelmemiştir. 1992 yılında Milli Parklar Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü'nün tekrardan kurulması ile bilinçli avcılık ve av turizmi tekrar gündeme gelmiştir. Av turizmi sadece A grubu

belgeli seyahat acenteleri tarafından düzenlenir ve bilinçli bir şekilde yapıldığı da her yönüyle olumlu etkileri olan bir turizm türüdür (N. Kozak, 2001:24-25).

1.4.5.7. Yayla Turizmi

Türkiye turizmi öncelikli olarak ‘deniz-kum-güneş’ üçlüsü üzerinde yoğunlaşmıştır bu nedenle yılın belli dönemlerinde turist çekmektedir. Ancak Türkiye’nin her bir gölgesi kendine has güzelliklerle bezeli olduğu için tatil turizmi yanı sıra alternatif turizm türlerine de ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahiptir. Alternatif turizm türlerine hitap edebilecek unsurların arasında yüz yıllardır Anadolu insanının yazlık mekân olarak kullandıkları yaylalar örnek verilebilir (N. Kozak, 2001:26).

Yayla anlam olarak çevresinde bulunan alana göre daha yüksekte bulunan yer anlamına gelir. Düz ve meralarla kaplı olan yaylalar, yılın belli aylarında geçimini hayvancılıkla sağlayan kişilerce hayvanlarını beslemek ve hayvansal ürünlerin üretimi için kullanılır. Yaylacılığın tarihi çok eski zamanlara kadar gider. M.Ö Orta Asya da bulunan yüksek düzlüklerde yaşayan Türk kavimleri daima yaylacılıkla uğraşmışlar ve oldukça da başarılı olmuşlardır. Ancak günümüz yaşam şartları, gergin iş ortamı, gezme-görme isteği, mevsimsel değişiklikler vb. nedenlerle geleneksel yaylacılık yerini Yayla Turizmine bırakmıştır (Subaşı, 2004:1).

1.4.5.8. Dağ ve Kış Turizmi

İnsanların temiz ve güzel bir hava alabilmek adına dağlara yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları turizm çeşididir. Dağ turizmi iki ayrı şekilde gerçekleştirilir biri tırmanma diğeri yürüyüş şeklindedir. Son dönemde de Türk Üniversitelerinde dağcılık kulüpleri kurulmuş ve dağ turizmine yönelik faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Üniversite kulüplerinde başlayan dağ turizmi faaliyetleri seyahat acentelerinin paket tur haline getirerek misafirlerine sunduğu bir turizm türü haline gelmiştir. Türkiye Bakanlar Kurulu iç ve dış turizmde değerlendirilmesi için turizmi teşvik yasasına

istinaden 11 tane kış ve dağ sporları merkezini turizm merkezi olarak ilan etmiştir (N. Kozak, 2001:24).

Dağ ve Kış turizmi genellikle iki ayrı şekilde ele alınır bunlardan birincisi Alpinizm diğeri ise Sportif tırmanıştır.

Alpinizm; Doğrudan zirvenin hedeflendiği içerisinde kaya, kar, buzul tırmanışlarını barındıran, teknik malzemelerin kullanıldığı her kesimden insanların katılabileceği bir türdür. Alpinizm kendi içerisinde 5 ayrı kategoriye ayrılır bunlar;

- Alpin Stili
- Günlük Yürüyüş (Hiking)
- Kamplı Etkinlik (Trekking)
- Expedition
- Ferrata

Sportif Tırmanış; Belli bir tecrübesi olan genel olarak meraklılarının ve profesyonel kişilerin katıldığı kaya üzerinde ya da yapay duvarlar da gerçekleştirilen türdür. Sportif tırmanış da kendi içerisinde 4 farklı kategoriye ayrılır bunlar;

- Bouldering
- Kaya Tırmanışı
- Uzun Duvar Tırmanışı
- Yapay Duvar Tırmanışı

Kendi içerisinde kategorilere ayrılan dağ ve kış turizmi oldukça pahalı olan bir turizm türüdür (M. A. Kozak ve Bahçe, 2012:179-181).

1.4.5.9. İnanç Turizmi

Din kelimesinin kökeni Arapçadır. Anlam olarak ise kanun, gidilen yol, mükâfat, hüküm, hesap gibi anlamlara gelir. Din olgusu geniş bir olgudur bundan dolayı her bilim dalı da kendince din tanımı getirmiştir. Genel manada din inanış, davranış, kişiler arası ilişkiler, insanların bir arada yaşaması ve iyi işlerde bulunmasını teşvik eden kurallar bütünüdür. İnsanlar var olduğu zamandan bu yana hak ve batıl olmak üzere farklı farklı şeylere inanmıştır. İnsanlık tarihi boyunca inanç noktasında birçok farklı din ve inanış grupları çıkmıştır ortaya. Her bir din insanlara belli kurallar hükümler getirmiştir. Bu kural ve hükümlerden en önemlisi ise seyahat etmedir. Hak ve Batıl dinlerin hemen hemen hepsinde dini liderler kutsal mekân ziyaretine oldukça fazla önem vermiştir. Bundan dolayı kitleler halinde kutsal topraklara yapılan seyahatler ziyaret edilen bölgenin ekonomisini de canlılık getirmiştir (Şahiner, 2012:26-27)

Dini yerleri ziyaret etmek hem paganist hem de semavi dinlerde dini bir gereklilik ve ibadet biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanoğlu var olduğu zamandan bu yana dertlendiklerinde ve sıkıntıya düştüklerinde inançlarının dayanmış olduğu yaradanlarından medet ummuştur. Dini yerleri ziyaret etme olayı kutsal mekânın metafizik boyutunun yanı sıra sosyo kültürel yanını da ortaya çıkarır. Yunanlılarda Delphi Tapınağı, Hintlilerde Ganj Nehri, Yahudilerde Kudüs, Hristiyanlarda Kudüs ve Roma, Müslümanlar da Mekke (Kâbe) ziyareti dini ziyaretlere birer örnektir (Kaynak ve Sezgin, 2008:351).

Bunlarla bağlantılı olarak kutsal yerleri ziyaret etme olayı inanç turizmi olarak tanımlanır. Değişiklik gösteren turizm algısı bağlamında Dünya genelinde gelişimini sürdüren inanç turizmi mevcut kültürel değerlerin, turizme kazandırılması ve tanıtılması konusunda tetikleyici olmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde

fazlasıyla inanç turizmine yönelik değerlerin olması Turizm Bakanlığı'nın da inanç turizmi konusuna yeterince önem vermesini ve potansiyelinin ortaya çıkartılması konusunda çalışmalar yapmasını sağlamaktadır (N. Kozak, 2001:25).

1.4.5.10. Akarsu Turizmi

Turizm potansiyeline sahip olan ülkeler mevcut turizm faaliyetlerini bulunulan seviyenin daha üzerine taşımak istemektedirler. Bundan dolayıdır ki turizmin bölgeye olan sosyo-ekonomik katkılarını göz ardı etmeden çevre ve doğaya yönelen turistlerin talepleri doğrultusunda da turizm çeşitlerini artırmak istemektedirler. Yıl boyu yoğun çalışma ve yaşamın hızlı temposuna maruz kalan insanların doğaya dönmek istemeleri, dağ ve kış turizmini canlandırırken bunun yanında akarsular da etkisi altına almıştır. Doğal kaynak olarak isimlendirilen akarsular rafting, kano ve nehir kayağı gibi sportif faaliyetleri içerisine alan akarsu turizmi mevcut turizm sektörü içerisinde de yer edinmiştir (Akova, 1995:394).

1.4.5.11. Kruvaziyer Turizmi

Turizm sektörünün de farklı birçok alan vardır bunlardan birisi de deniz turizmi içerisinde konumlandırılacak olan kruvaziyer turizmidir. Kruvaziyer Turizmi; Seyahat edilen limanlar ve bu limanlar çevresinde bulunan yerleri ziyaret etme ve alışveriş yapma aktivitelerinden oluşur. Kruvaziyer turizmi gemi seyahati, gemide sunulan hizmetler ve liman ziyaretlerinin oluşturduğu temelinde denizde seyahatin yer aldığı bir turistik üründür. Kruvaziyer gemi seyahati belirli bir noktadan başlayıp, belirlenen süre içerisinde limanlar arası gerçekleştirilen seyahattir.

Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Lines International Association, CLIA) kruvaziyer gemilerini şu şekilde tanımlamıştır; ‘‘Seyahati programlanmış, derin sularda iki gün ya da daha fazla kalan, en az 100 yolcu kapasiteli gemidir.’’ Yapılan tanıma göre yük gemileri, kısa mesafeli tur yapan operatörler, feribotlar ve tekneler kapsam dışında kalmıştır. Yine Wild & Dearing'in yapmış olduğu tanıma göre ‘‘ kruvaziyer turizm; konukların, belli bir rotada işlemekten ziyade değişik

destinasyonları ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için belli bir ücret ödeyerek binmek suretiyle yapılan seyahattir” (KUTO, 2012:4).

Türsab’ın yayınlamış olduğu Türkiye Kruvaziyer Turizmi Raporuna göre Türkiye’de ilk kruvaziyer turizmi 1831 yılında İtalya’dan yola çıkan ve İzmir’i de içerisine alan Akdeniz Turu ile başlamıştır. Yayımlanan raporda belirtildiği üzere kruvaziyer turizmi yolcusu 2013 yılı sonu itibariyle 20.9 milyon kişiye ulaştı. 20.9 milyon yolcunun 2.2 milyonu Türkiye’ye uğradı bu da yaklaşık %11’lik kruvaziyer yolcusuna hizmet verildiği anlamına gelmektedir. Türkiye’de hala gelişmekte olan kruvaziyer turizmi için farklı adımlar atılmaya devam edilmektedir (TÜRSAB, 2013).

1.4.6. Hüzün (Dark) Turizmi

Savaş turizmi literatür taraması incelendiğinde, trajik olayların veya tarih açısından önemli ölçüde ölümlerin meydana geldiği ve mevcut bölge içerisinde ikamet etmekte olan insanların olayların yaşandığı alanı ziyaret etmeleri olarak tanımlanabilir. Literatüre ilk olarak 1996 yılında Lennon ve Foley tarafından kazandırılan kavram “Dark Turizm” olarak tanımlanmıştır. 1996 yılında literatüre geçen kavram sonrasında farklı araştırmacılar tarafından değişik şekillerde isimlendirilmiştir. Seaton “Thana Tourism”, Bloom “Morbid Turizm”, Dann “Milking The Macabre”, Ashworth, Beech “Holocaust Tourism”, Bristow ve Newman “Fright Tourism” olarak tanımlamışlardır. Slayton tarafından yapılan tanımlama da ise “Keder (grief) Turizmi” olarak isimlendirilmiştir. Hüzün (dark) turizmi genel olarak “thana tourism” (Savaş Alanları Turizmi) ile ilişkilendirilerek açıklansa da son dönemlerde yaygın olarak “Dark Turizm” olarak kullanılmaktadır (Şahin vd., 2016:1859). Hüzün (Dark) turizmi farklı kavramlara karşılık geldiğinden, turizmin bu türünün kavramsal tanımını yapmakta güçleşmektedir fakat yapılan bazı tanımlamalarda vardır.

Tablo 4: Hüzün (Dark) Turizmi ve Türevleri İle İlgili Kavramlar

Dark Turizm	Foley ve Lenon; gerçek veya ticari hale getirilmiş ölüm ve yıkım ile ilgili yerlerin ve ilgili unsurların tüketimine ilişkin turizm türüdür şeklinde tanımlamışlardır.
Morbid Turizm	Blom tarafından yapılan bu tanım ise şöyledir; geniş ölçüde insanları etkileyen ölüm olaylarının geçtiği yerlere ve ölüm kavramının işlendiği alanlara gerçekleştirilen turistik hareketlerdir.
Thana Tourism	Antik kelime olan ‘‘thanatos’tan’’ ölümü kişiselleştirmek için ortaya çıkarılan ve daha çok vahşi ölüm olaylarına yönelen dark turizmle ilişkilendirilen bir türdür.
Black Tourism	Rojek Tarafından ‘‘black Spot’’ olarak adlandırılan; mezar alanları, ünlü veya çok sayıda insanın ani ve şiddetli ölüme maruz kaldığı yerlere yapılan seyahatlerle ilişkilendirilen türdür.
Keder Turizmi	TDK’nın tanımlamasına göre; acı, dert, sıkıntı, ızdırap veya tasa manasına gelir keder. Keder Turizmi ise; çeşitli toplumsal acıların ve ızdırapların yaşandığı yerlerin ziyareti olarak ifade edilebilir.
Hüzün Turizmi	Hüzün anlam olarak; gönül kırıklığı, gam veya sıkıntı anlamlarını içermektedir. Bundan dolayı, bireyler ya da toplumların üzerinde gururlanma ve duygusallığın daha yoğun etkisinin savaş alanlarının ziyaretini hüzün turizmi kavramıyla ifade etmek mümkündür.

Kaynak: (M. A. Kozak ve Kama 2016:244, Uyarlanmıştır.)

Hüzün turizmiyle ilişkili tüm kavramlar anlam ve içerik bakımından birbirine paralel gitse de tek bir kavram üzerinde anlaşma sağlanmadığı görülmektedir (M. A. Kozak ve Kama, 2016:4) bu nedenden dolayı ölüm olayının turizmle ilişkilendirilmesi ve sınıflandırılmasın da farklı kavramların ortaya çıktığı görülmektedir (Özer vd., 2012:387)

Gerçekleştirilen çalışmalara göre bir yerin savaş turizmi alanı olarak alınması ve tek başına çekicilik arz etmesi için aşağıda ye almakta olan özelliklere sahip olması gerekmektedir.

- Bir bölgenin savaş alanı olarak adlandırılması için belirli bir zaman diliminde bölgede fiziksel bir savaşın geçmesi gerekir.
- Savaş alanı olarak alınacak bölgenin turizm ögesi olabilmesi için siper, mevzi, karargâh ve hastane gibi savaş esnasında kullanılmış olan mekân ve eşyaları barındırmalıdır.
- Savaşın geçtiği bölgenin toplum üzerinde derinden bir etkisi de olmalıdır.
- Savaş alanlarına devletler tarafından ilgi gösterilmeli ve korumaya alınmalıdır.
- Savaş alanı olarak alınan bölgeler kültürel açıdan da öneme sahip yerlerdir.
- Turizm olayında çekicilik arz etmesi adına savaş alanlarına yeniden canlandırmalar ve restorasyonlar uygulanabilmelidir.
- Savaş alanları vatan sevgisi, ulus olma bilinci gibi manevi değerlere katkılar sağlar
- Savaşın geçtiği alanlar/araziler, ziyaretçilerin çoğu için insani ve tarihi derin düşünme sahalarıdır.
- Bu mekânlarda, yüce duyguların etkisiyle hareket eden ziyaretçiler, belli bir saygı ve özen içinde ziyaretlerini gerçekleştirirler. Bu anlamda, bu mekânları araştıran, tasarlayan, işleten ve yöneten kişi ve kurumların da bilgi üretme, tasarım, inşa, işletme ve bakım görevlerini yaparken de aynı hassasiyet içerisinde olmaları beklenir (Atay ve Yeşildağ, 2010: 65-66, Hall ve Basarın, 2009:7).

Savaş alanları savaş turizminde yer alan çekici unsurların başında gelmektedir. Savaşlar, coğrafi alanda iz bırakmakta, çoğu zaman ise bu izler sonradan inşa edilmektedir ancak bu izlerin sadece fiziki olduklarını ifade etmek mümkün değildir. Günümüzde savaş (dark/hüzün/keder vb.) turizmi içerisinde yer almakta olan savaş alanları önemli birer turistik ürün haline gelmiştir (Atay ve Yeşildağ, 2010: 65,

Aliağaoğlu, 2008: 88-89). Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde yer alan hüzün turizmi alanlarına örnek olarak Sinop Cezaevi, 17 Ağustos Depremi alanı, Dolma Bahçe, Çanakkale (1915) Muharebeleri alanları (Kozak ve Bahçe, 2012: 155) ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı verilebilir. 1973 yılında milli park olarak ilan edilen Çanakkale muharebe alanları I. Dünya Savaşı sırasında İttifak devletleri ile Osmanlı Devleti arasında geçmiş olan kurtuluş savaşına sahne olmuştur (Birdir vd., 2015:14).



İKİNCİ BÖLÜM

ÇANAKKALE SAVAŞI VE ÇANAKKALE TURİZMİ

2.1. Savaş Kavramı

Savaş kavramı olarak soyuttur ve yapılması gerekli olan bir zorunluluk değildir. Mantıki bir gerçeklik olan savaş devlet kavramını da kapsar ki devletin temeli kuvvetten ileri gelir. Yaradan'ın kurmuş olduğu Dünya düzenin de elemanı olan savaş bir rüyadır ve sonu taraflardan biri için zafer içerse de her açıdan üzüntü verici bir olaydır. Ancak şunu da belirtmek gerekir Dünya düzeni içerisinde savaş olmasaydı, Dünya rutine girer ve insanlar maddeler içinde kaybolurdu (Karal, 1996:358).

Geçmiş insanlık tarihi kadar eski olan savaşlar yaşamın varoluşundan bu yana insanların hayatlarını etkilemiştir. Bıraktığı etkilerin yanı sıra savaşlar insanlığın kaderinin değişmesinde de önemli bir etken olmuştur (Yeşildağ, 2010:9, Aliagaoglu, 2008:88). Toplum için bir güvenlik önlemi olan savaşlar etkileri ve uzun süreli sonuçlarıyla günümüzde toplumları olumsuz ölçüde etkileyen terörden ayrılır. Savaşlar toplumlar üzerinde öncesi, süresi ve sonrası olmak üzere etkiler bırakır (Ilgar, 2015:2).

Savaşlar Dünya tarihini dönemlere ayırmıştır, tarihsel anlamda dönemlere ayrılma olayı en kanlı ve en kapsamlı hadiseler ile birlikte vuku bulmuştur. Tarihi öncesi ve sonrası olacak şekilde ikiye ayıran olaylardan biride I. Dünya Savaşıdır (T.C. Milli Müdafaa Vekâleti, 1957:1). Birinci Dünya savaşı Avrupa'nın büyük güçleri arasında 19. yüzyılın sonlarında başlayan ve 20. yüzyılda hızını artırarak devam eden siyasi, askeri ve ekonomik rekabetin oluşturduğu bloklaşma sonucu ortaya çıkan bir savaştır (Sarıçelik, 2007:174). Sömürgeci devletlerarasında çıkan I. Dünya Savaşına emperyalizmin direk hedefi olan sömürgeci anlayışı gütmeyen Osmanlı devleti de sürüklenmiştir. Bu da I. Dünya savaşının büyük devlet, kavim ve göçlerin bir hesaplaşması olarak ortaya çıktığı algısını yaratır (Güzel, 2015:52).

2.1.1. Çanakkale Savaşı

Birinci Dünya Savaşı Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun Veliahdı Arşidük Franz Ferdinand'ın 28 Haziran 1914'te Saraybosna'da düzenlenen suikast sonucu ölmesiyle Avusturya-Macaristan ile Sırbistan arasında gerginlik başlamış ve Avrupa'da had safhaya ulaşan gerginlikle savaş kaçınılmaz olmuştur. Avusturya veliahdının bir Sırp milliyetçisi tarafından öldürülmesi olayı aynı zamanda savaşın görünürdeki nedeni olarak kabul edilmektedir (Sarıçelik, 2007:174). Savaşın görünürdeki sebebi Avusturya-Macaristan ile Sırbistan arasında olan gerginlik olarak algılansa da asıl sebebi sanayileşmiş ülkeler tarafından Dünya'nın iktisadi ve siyasi hâkimiyetini ele geçirme mücadelesidir (Güzel, 2015:51).

Birinci Dünya savaşında askeri olaylar Lüksemburg ve Belçika üzerinden Almanya'nın Fransa'ya saldırmasıyla başlamıştır (Ülman, 2002:303). Çanakkale'ye ilk saldırı İtilaf devletleriyle olan irtibatın 3 Kasım tarihinde sonlandırılmasıyla gerçekleşmiştir (Mülhman, 2003:59). Çanakkale cephesinde savaş İngilizlerin 3 Kasım 1914 tarihinde tabyaları bombalamasıyla başlamış, Mondros limanında toplanan filonun 19 Şubat 1915 günü Kumkale ve Seddülbahir tabyalarına yönelik saldırılarıyla devam etmiştir (Arslan, 2015: 15).

19 Şubat sonrası yaşanan hava muhalefetinden dolayı 5 gün harekât yapılamamıştır. Kötü hava şartlarından dolayı ara verilen bombardıman 25 Şubatta tekrar başlamıştır. 25 Şubatta tekrar başlayan bombardıman da düşman gemilerine Türkler eski toplarla karşılık vermiştir ancak düşman gemileri istihkâmların menzili dışında kaldığından Türkler bu şekilde savunma yapmanın faydasız olduğunu anlamış ve dış istihkâmları boşaltmışlardır (Aspinall ve Oglander, 2005:107). Yapılan taarruzların başarısızlıkla sonuçlanmasıyla İttifak filosunun başında bulunan Amiral Garden'ın yerine 17 Mart 1915 tarihinde Amiral De Robeck atanmıştır. Atamanın yapıldığı gün Bozcaada'da Ian Hamilton'un da katıldığı bir toplantı düzenlenmiştir. Toplantıda deniz harekât planına göre, bir hafta önce kadar

mayınlardan temizlenen boğazın aşağı kısmı tüm gemilerin kullanılması yoluyla zorlanması kararı alınmıştır (Gök, 2014:127).

18 Mart 1915 sabahında Amiral De Robeck komutasında bulunan İngiliz ve Fransız filolarından oluşan düşman donanması, kendinden emin bir şekilde boğazdan içeri girdi ve sabah saatlerinde başlayan saat 14.00'e kadar süren topçu atışları sonrası Fransız zırhlılarından Bouvet diğer Fransız zırhlılarıyla nöbet değiştirmek için muharebeden çekilmek üzereyken zırhı isabet alarak iki üç dakika içerisinde de alabora olarak denizin derinliklerinde kaybolmuştur. Bu olay sonrasında toplar atışlarını Irresistible ve Inflexible doğrultmuş, saat 16.11'de Inflexible saat 16.14'te de Irrestible hasar almış ve yan yatmıştır. Yeniden canlanan tabya atışları sonucunda 18 Mart 1915 gün sonunda Fransız Bouvet, İngiliz Irresistible ve Ocean Zırhlıları batmış ve Fransız Zırhlısı olan Gaulois aldığı hasarlar sonucu batmak üzereyken Tavşan adasında karaya oturmuştur. Boğazın iki yakasına konuşlandırılan Türk topçularının açmış olduğu ateşler ve Karanlık Liman'a dökülen mayınların da etkisi sonucunda İngiliz ve Fransız donanmaları mevcut gücünün %35'ni yitirerek saat 17.30'da geri çekilmek zorunda kalmıştır (ATASE, 2012:9-10). 18 Mart 1915 günü yenilgisi üzerine Çanakkale'yi doğrudan denizden geçemeyeceğini anlayan müttefikler, bir kara harekâtı ile deniz geçişinin karadan emniyetini sağlama düşüncesine yönelmişlerdir (Hatip, 2015: 174).

Çanakkale'yi deniz üzerinden donanmalarla geçmeyi başaramayan İngiliz ve Fransızlar 24 Nisan 1915 tarihinde kara harekâtına başlamışlardır. Çanakkale'de bütün olumsuzluklara rağmen yapılan başarılı Türk savunması karşısında, İtilaf kuvvetlerinin morali çökmüş ve Çanakkale'nin geçilebileceğine dair umutları yok olmuştur. Hamilton'un İngiliz yönetimine yaptığı bütün ısrarlara rağmen, cepheye artık tek bir asker bile gönderilmediği gibi, Çanakkale'den iki tümen asker çekilmiş ve batı cephesine gönderilmiş, Hamilton'da görevden alınarak yerine General Monroe görevlendirilmiştir. Harbiye Nazırı Lord Kitchener, son defa bölgeyi ziyaret etmiş, artık Çanakkale bölgesindeki Türk savunmasını sökmenin ve buradan boğaz

harekâtını bir neticeye vâdirmenin mümkün olmadığını anlayarak, Ocak 1916'da Çanakkale'deki kuvvetlerin geri çekilmesi kanaatine varmıştır (Gök, 2014:135).

19-20 Aralık 1915 tarihinde düşman 236 gün devam eden savaştan sonra ilk olarak Kuzey Grubu, 136 kez savaştıktan sonra ise Anafartalar boşaltılmıştır. Düşman tarafının yapmış olduğu bu geri çekilmeden sonra boşa çıkan tümenler Güney Grubuna yönlendirilmiş ancak 256 günden sonra yenilgiyi kabul eden İttifak tarafı 8-9 Ocak 1916'da büyük bir kayıp ile savaştan geri çekilmiştir. 256 gün süren Çanakkale Savaşı büyük bir Türk zaferiyle son bulmuştur (Nihad, 2017:79-81). Çanakkale savaşı Dünya savaş tarihinde, yakın mesafeden yapılan siper savaşları olarak da geçmektedir. Dolayısıyla savaşa katılan taraflar oldukça büyük kayıplar vermiştir. Çanakkale Savaşını konu edinmiş olan eserlerin her birinde Türklerin ve İtilaf Devletlerinin kayıpları farklı rakamlarla geçmektedir ve verilen rakamların büyüklüğüne bakılacak olursa savaşın ne derece kanlı geçtiği anlaşılabilir (Bayrak, 2005:135).

Savaş sonucunda verilen kayıplara bakacak olursak

- İngilizler savaşa toplamda 469.000 kişi getirmiş bunlardan 119.000'nini kaybetmişlerdir. Ayrıca bunlardan 100.000'de hastalıklarından dolayı iş göremez olarak geriye yollanmıştır.

- Fransızlar 80.000'ni aşan sayıda kişiyle savaşa katılmış ve bunlardan 26.800'ünü kaybetmişler ve 20.873'de hastalanmıştır.

- Türk tarafı ise 55.000 şehit, 100.000 yaralı, 10.000 kayıp, 21.500 hastalık sonucu ölüm kaybı yaşamıştır toplamdaki kaybı ise 186.869'dur. Kayıpların yanı sıra 65.000 askerde hastalıktan dolayı hava değişimi almıştır (Nihad, 2017:81-83).

I. Dünya savaşı Dünya tarihinde tamamen yeni bir olaydır. Yeni olması ve Dünya savaşı olarak adlandırılması genel olarak düşünülen uzun sürmesi, savaşa katılan devletlerin sayıca çok olması ve birkaç kıtayı birden etkilemesi değildir.

Dünya tarihine bakıldığında çok sayıda ülkenin katılmış olduğu 4 yıldan daha fazla süren savaşlar vardır. I.Dünya savaşının en belirgin ve ayırıcı özelliği Dünya tarihinde yaşanan ilk ‘‘topyekün’’ savaş olmasıdır (Sander, 2000:314).

Çanakkale savaşı Türklere ve Dünyada bulunan tüm insanlığa, büyük asker ve Türkiye Cumhuriyeti Devletinin kurucusu fikir adamı Mustafa Kemal Atatürk’ün armağan ettiği bir zafer olmasının yanı sıra Kurtuluş savaşının ateşleyicisi olmuş ve Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasına rehberlik etmiştir (Hatip, 2015:188).

2.1.2. Çanakkale Savaşı Mirasının Turizm Açısından Önemi

Miras geniş anlamıyla kalıtım sözcüğü ile ilişkilendirilir yani; herhangi bir şeyin bir kuşaktan diğer bir kuşağa aktarılması olarak ifade edilir. Miras’ın geçmişten gelen tarihi değerleri bünyesinde toplayan kendine özgü bir rolü vardır ve toplumun kültürel değerlerinin bir parçası olarak görülür. Diğer taraftan turizm ise modern bir bilinç biçimidir ve temelinde mirasla etkileşim içerisindedir buna bağlı olarak turizm miras etkileşimi içerisinde yeniden yorumlanır. Miras terimi doğal alanda bahçeleri, manzaraları, ulusal parkları, vahşi yaşam alanların, dağları, nehirleri, adaları kısacası bitki topluluğu ve hayvan varlığı gibi bileşenler için kullanılır ancak gerçekte bu sayılanların çoğu kültür bileşenidir bunlar insanlar tarafından adlandırılır ve değer biçilir. Örneğin insanlar yukarıda bahsi geçen bileşenlerle sınırlarını kendileri belirledikleri özel alanlar ve ulusal parklar oluşturabilirler. Ancak Mirasın oluşumu sadece yukarıda bahsi geçen sınırlar dâhilin de gerçekleşmez, miras oluşumu içerisine tarihi binalar ve yapılar (anıtlar, mezarlar vb. insanlar tarafından oluşturulan alanlar) ayrıca tarihi olarak nitelendirilen ölüm, afet, savaş alanları da dâhil edilir (Aliağaoğlu 2004:51-52-53-54). 21. yüzyıl da miras teriminin gelenek, görenek ve folklorik korunmasında yeterli olmadığı kanısına varılmıştır. 2003 yılında gerçekleştirilen UNESCO 32. Genel Kurul konferansında ‘‘Somut Olmayan Kültürel Miras’’ sözleşmesine imza atılmış bunun sonucunda miras somut ve somut olmayan olarak ikiye ayrılmıştır. 2003 yılın da gündeme gelen bu sözleşme neticesinde anıtlar, tarihi yapılar, sanat eserleri, tarihi

eserler vb. alanlar ve metalar somut kültürel miras içerisinde anılmaya başlanmıştır (Çokışler vd., 2016:16).

Çanakkale Savaşı I. Dünya savaşının seyrini değiştirmiştir ve aynı zaman da savaşın kaderini belirlemiştir. Çanakkale ilinin savaştan geriye kalan mekânlara ve savaşta kullanılan teçhizat, gemi vb. varlıklara sahip olması ise Çanakkale ilinin tarihi ve turistik değerlere sahip olduğunun bir göstergesidir (Gülüm ve M. Boz, 2014:2). Günümüzde Çanakkale önemli savaş turizmi mekânlarından birisidir, savaş turizmi içerisinde önemli bir yere sahip olan bölge aynı zaman da taraflarının dost olduğu ve aynı duyguları paylaştığı yerdir. Bu bakımdan Çanakkale savaş alanları Türk ve Dünya turizmi için oldukça önemli olmasının yanı sıra bir hoşgörü anlayışının sergilendiği, savaş zamanında dost ve düşman olarak nitelendirilen tarafların günümüzde acılarını birlikte paylaştıkları bir mekândır (Kızılırmak vd., 2015:1201-1202).

2.2. Çanakkale İli Coğrafyası

Çanakkale ili, aynı ismi taşımakta olan boğazın Anadolu yakasında ve boğazın en dar noktasında düzlük bir alanda kurulmuştur (Tuncel, 1995:197). Denizden yüksekliği 2 metredir ve 10.347 km² yüz ölçümüne sahiptir. Kurulduğu bölgede var olan boğaz Çanakkale ilini ikiye ayırır ki İstanbul'dan sonra toprakları Asya ve Avrupa'da bulunan ikinci il olma özelliğine sahiptir (Eren, 1994:3). Türkiye topraklarının % 1,3'lük bir kısmını kaplayan Çanakkale kuzeyde Edirne, Tekirdağ, Saros Körfezi, doğuda Balıkesir, güneyde Edremit Körfezi ve batıda Ege denizi ile çevrilidir. Biga ve Gelibolu yarımadaları üzerinde toprakları bulunan Çanakkale ılıman kuşaktan sıcak kuşağa geçiş hattı olan bir iklime sahiptir (Dinçer vd., 2005:82). İklimin genel karakteri Akdeniz iklimini yansıtır ve kuzeyde bulunmasından dolayı kışları ortalama sıcaklık düşüktür yazları ise az miktarda yağmur düşmektedir (TUIK, 2013:11). Türkiye'nin %20 civarında olan verimli arazilerinin bir kısmı Çanakkale çevresinde bulunur ve yer altı kaynakları bakımından da zengindir (Dinçer vd., 2005:82). Coğrafi konumu ve özellikleri

bakımından İstanbul iliyle benzerlik gösteren Çanakkale nüfus, yerleşme, ekonomi, ulaşım ve turizm açısından büyük bir farklılık gösterir (Doğaner, 1994:126).

Çanakkale'nin tarihi Truva kentinin kuruluş dönemine kadar gitmektedir fakat kentin tam olarak ne zaman kurulduğu ile ilgili kesin bir tarih verilememektedir. Çanakkale bölgesine ilk yerleşimler M.Ö. 13'üncü yüz yılın ilk dönemlerinde Anadolu olarak kabul gören Kale-i Sultaniye bölgesine Yunanistan da ikamet eden fakat Yunanistan'a da Asya bölgesinden gelip yerleşmiş olan Arkaia'lar-Akalar tarafından gerçekleştirilmiştir (Eren, 1994:1). Önemli bir jeopolitik konuma sahip olan Çanakkale, Homeros'un 'İliada'' ve ''Odysseus'' destanları ve sayısız mitolojik efsaneye konu olan M.Ö. 3000 yılına dayanan bir geçmişe sahiptir. Çanakkale Alexandria, Troas, Neandria kentleri ve tarihi savaş alanlarıyla Dünya'nın sayılı tarih ve kültür hazinelerine sahiptir (Kelkit, 2003:20).

Resim 1: Çanakkale İli Haritası



Kaynak: GMKA, 2012:11

2.2.1. Çanakkale’de Turizm

Çanakkale tarihi, kültürel, doğal değerleri ve iklimsel özellikleriyle deniz-kum-güneş (3S) üçlüsü olan kitle turizminden ziyade alternatif turizm türlerine hitap eder. Çanakkale Turizminde özellikle tarihi ve kültürel değerlerin payının oldukça yüksek olduğu gözlemlenir ki tescilli kültür ve tabiat varlıkları ile sit alanları bakımından oldukça zengin potansiyele sahiptir (Çuhadar, 2015:604). Yoğun olmayan klasik turizm hareketlerinin yanı sıra kültürel, dini, termal, eko, gençlik turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri olanakları Çanakkale turizmine çeşitlilik katmaktadır (Kelkit, 2003:22).

Çanakkale bozulmamış doğası ve çevresi ile önemli bir turizm merkezi olarak karşımıza çıkar. Türkiye’de 1982 yılında yürürlüğe giren ‘‘Turizmi Teşvik Kanunuyla’’ özel sektöre kredi kolaylığı sağlanması, teşviklerin artırılması Çanakkale’ye yapılacak turizm yatırımlarını olumlu yönde etkilemiştir (Dinçer vd., 2005:87). Fakat sağlanan teşviklerle Gökçeada ve Bozcaada haricinde diğer kısımların 2. Bölge olarak alınması Çanakkale’nin teşviklerden yüksek oranda fayda sağlamasını engellemiş ve hak ettiği payı almasında engel teşkil etmiştir (GMKA, 2012:5). Teşviklerle birlikte 1982 yılında Çanakkale ilinde 85 tane belgeli tesis açılmış yine belgeli tesis sayısı 2005 yılında 177 olarak bildirilmiştir (Sözen, 2007:84). 2006-2011 yılları arasında yapılan teşvikler inceleme altına alındığında ise Çanakkale ilinin Turizm Teşviklerinden kısıtlı miktarda pay aldığı görülür (GMKA, 2012:5).

Batı bölgesine bağlı olan Çanakkale ili iç ve dış turizm ziyaretlerinde son yıllarda atılım gösterse de ekonomik açıdan henüz tam olarak gelişimini tamamlamamıştır. Yapılan yatırımlar çerçevesinde çekim merkezi haline gelen ilin halen devam etmekte olan alt yapı eksikleri mevcuttur. Alt yapı eksiklerinin tamamlanması ilin mevcut turizm çeşitlerinin tümünden yararlanmasını mümkün kılacaktır (Dinçer vd., 2005:107). 2011 yılında GMKA (Güney Marmara Kalkınma

Ajansı) tarafından gerçekleştirilen çalıştay da Çanakkale İli Turizminin dünü, bugünü ve yarını ele alınmış ortaya çıkan raporda Turizm ile ilişkili sorunları belirlenmiştir, Çanakkale turizminin masaya yatırıldığı bu çalıştayın raporu 2012 yılında güncellenmiştir. Yapılan raporlama da Çanakkale Turizmi sorunları ve çözümleri aşağıda belirtilen başlıklar altında ele alınmıştır;

- Aktif olarak Pazarlama ve Tanıtımının Yapılması
- Turizm alanında sunulan ürünlere ek ürünler geliştirerek çeşitliliğin artırılması
- Mevcut sunulan hizmetin kalitesinin yükseltilmesi
- Kentin alt yapı sorunlarının giderilmesi ve kentsel planlama konusunda düzenleme yapılması
- Kentin koordineli bir hale getirilmesi ve çevre koruma çalışmalarının yapılması.
- Kentin tanıtılması ve turist çekmesi açısından dış pazar payının geliştirilmesi ve buna uygun sınır ötesi iş birliklerinin geliştirilmesi. (GMKA, 2012:2)

Çanakkale ili turizmi adına gerçekleştirilen çalıştay ve raporlama sadece GMKA tarafından yapılmamıştır yine 2013 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu / Turizm Fakültesi tarafından da bir çalıştay gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalıştay da Çanakkale Turizm Bölgelerine özgü raporlamalar yer almıştır.

Üniversite tarafından yapılan çalıştayda Çanakkale ilinin turizminin genel sorunları ve çözüm önerilerine yer verilmiştir bunlar;

- Konaklama sürelerinin az olması problemi

- Şehre ulaşım ve şehir için otopark problemi
- Tabela, Levha vb. Yönlendiricilerin Eksikliği
- Şehir içi trafik problemi
- Pazarlama konusunda tanıtıcı ve bilgilendiricilerin eksiliği
- Turizm bölgesi olarak kabul görmemesi problemi
- Turizm pazarında sunulan ürünlerde çekicilik problemi
- Festivallerin (Truva vb.) yetersiz içeriğe sahip olması problemi
- Truva Antik kentinin turizm pazarında aktif olarak pazarlanmaması ve kullanılmaması.
- Turistik ürünlerin yeteri kadar kaliteli olmaması problemi
- Deniz ve kıyı turizmin de kruvaziyer ve yat limanı problemi
- Şehirde hizmet vermekte olan esnafların bilgi yetersizliği
- İş ve İşçi konusunda istihdam problemi
- Tur operatörlerinin yeterli sayıda olmaması problemi
- Termal Turizm ve Kongre Turizmin de yeterli düzeyde gelişim sağlanamaması
- Alternatif Turizm türlerine gerekli olan desteğin verilmemesi
- Deniz kıyı turizmi içerisinde yer alan dalış konusuna yeteri kadar önem verilmemesi.
- Kültürel ve Sanatsal alanda yeteri kadar sunumun olmaması

- Çanakkale'nin merkezin de ve çevresinde yer alan plaj alanlarının yetersiz kalması

- Arkeoloji Müzesi'nin durumu (Bucak, 2013:25-31).

Yukarıda yer almakta olan sorunlar ve çözümü kentin bir bütün halinde pazarlanması ve marka bir şehir olarak Türkiye turizminde yer alması açısından oldukça önemlidir (Dinçer vd., 2005:109).

Türkiye Turizm Strateji ve eylem planın da Çanakkale iliyle ilgili bazı stratejiler geliştirilmiştir ve bu stratejiler turizm çeşitliliğinin artırılmasını da konu almaktadır (GMKA, 2012:7).

Eylem planı kitapçığında yer alan ve turizmin çeşitlendirilmesi konusunda yapılacak çalışmalar sırasıyla şu şekilde verilmiştir;

- Sayda 51 No:30'da hava sahasının uçuşlara açılması ve konaklama kapasitesi artırılması konusu ele alınmıştır.

- Sayfa 53 No:36'da Bölünmüş yol ve bağlantıları konusu ele alınmıştır.

- Sayfa No:39'da Kruvaziyer limanlar ve deniz turizmi konusu ele alınmıştır.

- Sayfa 65 No:79'da Termal turizmin geliştirilmesi konusu ele alınmıştır (KTB, 2007:51-65).

2023 Turizm Eylem ve Strateji Kitapçığında oluşturulan turizm gelişim bölgelerinde ise Çanakkale İli Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişimi başlığı altında yer bulmuş ağırlıklı olarak Çanakkale'de termal turizmin geliştirilmesi konusuna yer verilmiştir (KTB, 2007:28).

2.2.2. Çanakkale’de Turizm Türleri

Çanakkale ilinin topraklarının büyük bir kısmı Marmara bölgesi sınırları içerisinde yer alır. Ege ve Marmara denizlerine kıyısı bulunan Çanakkale 671 km sahil şeridi, jeotermal kaynakları, tarihi ve kültürel değerleriyle zengin bir turizm potansiyelini içerisinde barındırır. Ege denizinde yer alan Gökçe Ada ve Bozca adada Çanakkale İline bağlıdır. İlin sınırları içerisinde bulunan Baba Burnu Anadolu’nun, Gökçe adada bulunan İnci Burnu ise Türkiye’nin en batı noktasıdır. Adalar jeopolitik konumları ve aldıkları teşviklerle Çanakkale turizminde önemli değerlerdir.

Çanakkale farklı turizm türlerine ev sahipliği yapabilecek elverişli zengin topraklara sahiptir. Sahip olduğu değerler göz önüne alındığında içerisinde barındırdığı turizm çeşitleri farklı farklı raporlarda şu şekilde yer almaktadır;

- Deniz ve Kıyı Turizmi
- Termal Turizm
- Eko Turizm
- Kültür Turizmi (GMKA, 2012: 9-15).

2.2.2.1. Çanakkale’de Deniz ve Kıyı Turizmi

Deniz ve kıyı turizminde Ege kıyıları geniş ve temiz plajları ile önemli bir yer tutar. Türkiye turizminde önemli bir yere sahip olan kıyı turizmin de Çanakkale ilinin Ayvacık, Gökçeada, Bozcaada, Lapseki ve Ezine gibi ilçelere sahip olması ilin kıyı turizminde potansiyelini ortaya koyar ki Türkiye genelinde bulunan mavi bayraklı plajlardan 5’i Ayvacık’ta bulunmaktadır (GMKA, 2012:9-10). Çanakkale ili sahilleri yaygın bir yapılaşma ve gelişmiş bir sanayileşme olmadığından deniz turizmine elverişlidir.

Deniz turizmi için en uygun koyları ise şu şekilde sıralanabilir;

- Lapseki-Dalyan ve Çardak Beldesi Kumsalı
- Güzelyalı Kıyısı
- Seddülbahir Köyü
- Ertuğrul ve Morto Koyları
- Kilitbahir Zargana Plajı
- Gelibolu Hamzakoyu
- Kum Limanı
- Anafarta Limanı
- Ece Limanı
- Yıldız Koyu
- Geyikli Beldesi
- Dalyan Köy
- Gülpınar Beldesi
- Bozcaada
- Gökçeada

Bahsi geçen koylar ve kıyılar deniz kıyı turizmi için uygun olduğu gibi deniz turizmi içerisinde yer alan su sporları ve diğer aktiviteler için oldukça uygun yerlerdir. Çanakkale bölgesi bir bütün olarak deniz ve kıyı turizmi yanında yat

turizmini de uygun bölgelere de sahiptir. Çanakkale boğazı koyları, yat turizmi konusunda İstanbul, Akdeniz ve Ege arasında geçiş yolu özelliği taşır. Boğazın akıntısı yat turizmine uygun olsa da rüzgâra açık olan koylar ise yat turizminde olumsuz bir etken olarak görülmektedir (Çanakkale Valiliği İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, 2006-2007:199). Deniz ve yat turizminin yeterli düzeyde gelişmemiş olması ile gelen turistlerden yeterince gelir elde edilememesine ve turizmin ekonomiye olan katkısının arttırılmasına engel olmaktadır. Deniz ve kıyı turizmi içerisine dâhil edilecek konulardan biride dalış turizmidir. Dalış Turizmi konusunda savaştan dolayı çok sayıda batığa sahiptir Çanakkale (GMKA, 2012:11). Dalış turizmi konusunda da gelişmeyi yeterli düzeyde yakalayamayan Çanakkale'nin sahip olduğu batıkları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

Tablo 5: Çanakkale Kıyılarında Bulunan Batıklar

BATIĞIN İSMİ	ÜLKESİ	TARİH VE YERİ
Mesudiye Zırhlısı	Türkiye	13.12.1914-Kepez Sarısığlık
Saphir Denizaltısı	Fransa	15.01.1915-Nara Akaryakıt İskelesi
Bouvet Zırhlısı	Fransa	26.07.1915-Erenköy Açıkları
Mariot Denizaltısı	Fransa	26.07.1915-Nara Burnu
Ocean Zırhlısı	İngiltere	18.03.1915-Boğaz Ege Çıkışı Tarafı
Irrestible Zırhlısı	İngiltere	18.03.1915-Dardanos açıkları
Denizaltı (15)(E-15)	İngiltere	17.04.1915- Kepez'e 10 Mil Mesafede
Goliath Zırhlısı	İngiltere	13.05.1915-Morto Koyu
Triumph Kruvazörü	İngiltere	25.05.1915-Kabaktepe Açıkları
Majestic Kruvazörü	İngiltere	27.05.1915-Seddülbahir Fener Açıkları

Kaynak: GMKA, 2012:15

2.2.2.2. Çanakkale’de Termal Turizm

Çanakkale’nin turizm alanında yüksek potansiyele sahip olduğu bir diğer alan termal turizm alanıdır. İilde 11 adet 27.500 hektarlık alana tekabül eden jeotermal alan bulunmaktadır (GMKA, 2012;12). Çanakkale turizm türleri içerisinde yer alan termal turizm deniz ve kıyı turizminden sonra ilin yapısına uygun olan turizm türlerinden biridir. Bölgenin termal turizme uygun yerlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Kaz dağları Ayazma
- Külcüler Kaplıcası
- Çan Belediye Kaplıcası
- Çan Tepeköy Kaplıcası
- Bardakçılar Kaplıcası
- Kirazlı Şifalı Suları
- Kestanbol Kaplıcası (ÇANAKKALE VALİLİĞİ, 2006-2007:199-201).
- Yenice Hıdırlar
- Ayvacık Tuzla ve Küçükçetmi
- Biga Kırkgeçit
- Lapseki Kocabaşlar
- Bayramiçi Yukarıalamut(GMKA, 2012:15).

2023 Eylem planı içerisinde de konu edinilmiş olan termal turizm türü, Çanakkale ili için geliştirilmesi gereken bir turizm çeşidi olarak anılmış ve gelişim

bölgesi olarak Troya Kültür ve Termal ana bölgesi şeklinde isimlendirilmiştir (GMKA, 2012:15).

2.2.2.3. Çanakkale’de Eko Turizm

Eko-Turizm doğal ve kültürel kaynakları korumasının yanı sıra yerel halka sosyo-ekonomik fayda sağlamaktadır ve diğer bir taraftan tahrip olmamış doğal alanlara ziyaret ve seyahati de ifade etmektedir. Amacına uygun şekilde sürdürüldüğün de hassas eko sistemlerin zarar görmesini engeller ve genel olarak aile bireylerince işletilen küçük tesisler şeklinde gerçekleştirilir (GMKA, 2012:15).

Son zamanlarda kalabalık ve popüler tatil yörelerinden sıkılan insanlar sessiz, sakin, doğal ve güzel manzaralara sahip olan eko sistem alanında oldukça zengin kaynakları bulunan Çanakkale ve çevresine ilgi göstermeye başlamıştır. Biga’nın en yüksek noktası olan Kaz dağları biyolojik çeşitlilik, flora ve fauna açısından gözde eko-turizm merkezi olmaya adaydır. Bunların yanı sıra Bozcaada’nın sahip olduğu üzüm bağları ve kekik tarlaları da yine eko-turizm alanına katkı sağlayacak bir potansiyele sahiptir (GMKA, 2012:15).

2.2.2.4. Çanakkale’de Kültür Turizmi

Çanakkale geçmişiyle bağlantılı olan binlerce yıllık tarihi zenginlikleri içerisinde barındıran bir ildir. Türk ve Dünya tarihine geçmiş önemli savaflara ev sahipliği yapmış olan Çanakkale antik sit alanı, ören yeri ve tarihi savaş alanlarını içerisinde barındırır. Şehrin sınırları içerisinde doğal ve kültürel özellikleriyle öne çıkan bazı milli parklar bulunur. Çanakkale’nin içerisinde barındırmış olduğu kültürel değerler aşağıdaki gibi sıralana bilir;

Milli Parklar

- Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı
- Troya Tarihi Milli Parkı

Antik Kentler, Ören Yerleri ve Müzeler

- Alexandria Troas
- Assos (Behramkale)
- Chryse
- Dardanos
- Parion
- Priapos
- Neandria
- Sigeon
- Maydos
- Uğurlu Köyü Höyüğü
- Yeni Bademli Höyüğü

Festivaller

- Bozcada Kültür Sanat ve Bağbozumu Festivali
- Çanakkale Belediyesi Uluslararası Troia Festivali
- Gökçeada Fil Festivali
- Ayvacık Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali

Hemen hemen her türlü alternatif turizm potansiyelini içerisinde barındıran Çanakkale'nin festivallerinin de desteklenmesi, bölge için hem ulusal alanda hem de uluslararası alanda faydalı olacaktır (GMKA, 2012:16-19).

2.3. Çanakkale İli Turizm Alt Yapısı

Turizm sektörü geniş bir ekonomik alanı içine alır ve iyi bir yönetim ister, iyi bir yönetim söz konusu olmazsa ülkenin doğal kaynaklarına, sosyal ve kültürel mirasına, mali değerlerine zarar verir önlenemez seviyede ekonomik açıklara ve dengesizliklere neden olmaktadır. Tüm bunlar göz önüne alınarak hazırlanacak uzun vadeli planlamaların zararları ve faydaları konusundaki en iyi verimi alma yolunda destekleyici olacaktır (GMKA, 2012:9).

Tüm Türkiye'de olduğu üzere turizm olayının gelişimi Çanakkale ilinde de 1982 yılı sonrasında başlamıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu ile gelişimi başlayan turizm olayında kredi kolaylıkları ve teşvikler artmış ancak Çanakkale ilinin Gökçeada ve Bozcaada haricinde 2. Dereceden gelişim bölgesi olarak alınması getirilen kolaylıklardan ve teşviklerden gereğince yararlanması engellemiştir. 1982 ve sonrasında çıkartılan kalkınma planları dâhilin de şehrin alt yapısı bu yönde geliştirilmeye çalışılmıştır. Ulaştırma, eğitim ve çevre politikaları konusunda azda olsa gelişim sağlanmıştır (GMKA, 2012:5).

Örnek olarak 2006-2011 yılları aralığında turizm yatırımları incelendiğinde ilin teşvik alması konusunda oldukça kısıtlı kaldığı görülür.

Tablo 6: Çanakkale İli Turizm Teşvik Belgesi ve Yatırım Miktarı

Yıl	Teşvik Belgesi Adedi	Yatırım Miktarı (TL)
2006	3	9.3331.72
2007	1	1.600.000
2008	1	1.616.050
2009	2	12.923.206
2010	1	2.789.650
2011	2	4.569.001

Kaynak: GMKA, 2012:5

Gökçeada ve Bozcada 2009 yılında çıkartılan yatırımlarda devlet yardımları hakkında karara bağlı olarak turizm teşviklerinden öncelikli olarak yararlanmıştır. Alınan karar adalarda etkisini kısa sürede göstermiş, ulaşım olanakları artmış ve gerçekleşen yatırımlarla Gökçeada ile Bozcada bir cazibe merkezi haline gelmiştir (GMKA, 2012:6).

2.3.1. Çanakkale İli Konaklama, Seyahat ve Restoran İşletmeleri

Çanakkale İli yukarıda bahsedildiği üzere Kalkınma planları içerisinde ikinci gelişim bölgesi olarak yer almıştır (Gökçeada ve Bozcada hariç). GMKA'nın yayınlamış olduğu raporda 2006 ve 2011 yılları aralığında Belediye Belgeli Turizm İşletme Belgeli tesis sayılarına yer verilmiştir. Raporda yer alan verilere göre 2006 yılı Belediye Belgeli Tesis sayısı 2006,2007,2008 ve 2009 yıllarında 187 adet olarak görülmekte ve sayıda herhangi bir artış gözlemlenmemektedir. 2010 yılı verilerine yer verilmeyen raporda 2011 yılında verilen sayı ise 314 olarak görülmektedir. Yine aynı raporda turizm işletme belgeli tesis sayısı 2006 yılında 36, 2007 yılında 37, 2008 yılında 37, 2009 yılında 39, 2010 yılında 41 ve 2011 yılında 48 adet olarak verilmiştir (GMKA, 2012:21). 2016 yılı döneminde Çanakkale İl kültür Turizm

Müdürlüğünce ortaya konan verilere bakılacak olursa turizm işletme belgeli tesis sayısının 67 belediye işletme belgeli tesis sayısının da 556 olduğu görülür (Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016).

Türkiye genelinde 2016 yılı itibariyle toplamda Türsab'ın açıklamış olduğu rakamlara göre toplam seyahat acente sayısı 9162'dir veriler içerisinde bunlar A, B ve C olarak ayrılmamış toplam rakam olarak verilmiştir (<https://www.tursab.org.tr>). Yine 2016 yılı itibariyle Çanakkale ilinde bulunan seyahat acenteleri sayısına bakacak olursak toplamda 31 adet A grubu, 1 adet C grubu seyahat acentesi faaliyet göstermektedir (Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016). Çanakkale ili içerisinde yer alan restoranlar için Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Türkiye Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu, Çanakkale Ticaret Odası ile iletişime geçildi ise de net ve kesin bir rakam elde edilememiştir. Dağınık oluşumlar, düzensiz üyelikler ve farklı üyelik şartlarından dolayı tam olarak restoran sayısına ulaşamamaktadır.

2.3.2. Çanakkale İli Ulaşımı

Çanakkale genel olarak bakıldığında da her anlamda uygulanan politikalar gereği ikinci planda bir gelişim seyri içerisinde devam etmiştir. Turizm sektörünün gelişimi için en önemli etmenlerden biride ulaşım yolları ve çeşitliliğidir. 2023 Turizm Strateji planı içerisinde dâhil edilen konulardan birisi de Çanakkale'ye kara, deniz ve hava yoluyla ulaşımı güçlendirmesi konusudur. Çanakkale konum olarak ana karayolu ulaşım bağlantılarına uzak bir yerde bulunmaktadır. Demir yolu bağlantısı bulunmayan Çanakkale'de mevcut limanlar ile yük ve yolcu taşınması yapılsa da bu alanda da yetersiz alt yapının olduğu görülmektedir. Havayolu konusunda da kısır bir döngü içerisinde yer alan ilin Ankara ve İstanbul ile bağlantıları söz konusudur (GMKA, 2012:25). Havayolu ulaşımı konusunda mevcut bilgiler kontrol edildiğinde Ankara ve İstanbul'dan Çanakkale'ye direk uçuşların var olduğu görülür. Ankara-Çanakkale direk uçuşunu THY (Türk Hava Yolları) isimli firma

(<https://p.turkishairlines.com/>), İstanbul-Çanakkale arası direk uçuşunu ise Onur Air isimli firma gerçekleştirmektedir (<https://www.onurair.com/tr/>).

Çanakkale ili toplam kara yolu uzunluğu 1074 km'dir, karayollarının 543 km'si il yolu geriye kalan 531 km'si ise devlet yollarına aittir (<http://www.canakkale.bel.tr>). Kısmen karayolu ulaşımı yeterli olsa da yine Çanakkale'nin turizm bağlamında gelişebilmesi adına mevcut karayolu ağında iyileştirme yapılması gerekmektedir (GMKA, 2012:25-27).

2.3.3. Müze ve Ören Yerleri

Müze kelimesi köken olarak Latince Mousa'lar (esin periler) anlamına gelen "museum" ve Eski Yunanca "mouseion"dan gelir. Müze'nin kavram ve niteliği konusunda ilk bulgular Antikçağ İskenderiye sinde I. Ptolemaios'un Müz'lere atfen yaptırmış olduğu Mouseion isimli tapınaktır. Tapınağın bilginlere kütüphane, konaklama, eğitim verme ve araştırma yapma gibi hususlarda kolaylık sağlaması müze kavramının anlaşılması konusunda ipuçları verir (Sezer, 2010:45, Karabıyık, 2003:7).

Geçmişini bugüne taşınması konusunda önemli roller üstlenen müzeler konusunda farklı tanımlar vardır. ICOM (Milletlerarası Müzeler Konseyi)'un yönetmeliğinde yer alan 4. maddede yapmış olduğu tanıma göre müze; "Kültür eserlerini koruyan ve bu eserleri etüd, eğitim ve bedii zevki yükseltme amacıyla toplu halde teşhir eden, kamu yararına çalışan, sanata, ilme sağlığa, teknolojiye ait koleksiyonları bulunan müesseseler". Yapılan tanıma ek olarak aynı yönetmelikte geçmekte olan 5. maddeyle tanım genişletilmiştir; "Daimi teşhir bölümleri bulunan kütüphaneler ve arşiv merkezleri, resmi şekilde halkın ziyaretine açık bulunan tarihi anıtlar, tarihi anıtlara ait binaların kısım veya müstemilatı, tarihi, arkeolojik tabii önemi haiz mevkiler ve parklar, nebatat ve hayvanat bahçeleri, akvaryumlar ve benzeri teşekküller bu tarife girer". Tanımlamalardan anlaşılacağı üzere müze kültürel ve tarihi nesnelere korunduğu ve bir arada bulunduğu yer olmasının yanı

sıra sosyal ve kültürel yaşamı konu edinen, kamuya yönelik estetik algısını değiştiren koruma ve araştırma merkezidir (Altunbaş ve Özdemir, 2012:3).

Ören yeri ise Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma kanuna göre; “tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli uygarlıkların ürünü olup, topoğrafik olarak tanımlanabilecek derecede yeterince belirgin ve aynı türden özelliklere sahip, aynı zamanda tarihsel, arkeolojik, sanatsal, bilimsel, sosyal veya teknik bakımlardan dikkate değer, kısmen inşa edilmiş, insan emeği kültür varlıkları ile tabiat varlıklarının birleřitęi alanlar” olarak tanımlanmaktadır (Harman ve Akgündüz, 2014:115)

Çanakkale ili Müze ve Ören yerleri aşağıdaki gibidir;

- Arkeoloji Müzesi
- Kilitbahir Kalesi
- Apollon Smintheion
- Troia Örenyeri
- Assos Örenyeri
- Alexandreia Troas (Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016).
- Deniz Müzesi (<https://canakkalemuze.dzkk.tsk.tr/tr>)
- Kent Müzesi ve Arşivi
- Seramik Müzesi (<http://www.canakkale.bel.tr>)

Çanakkale ili müzeler, antik kentler ve ören yerleri bakımından oldukça fazla seçeneğe sahiptir. Yukarıda bahsi geçmekte olan ören yeri ve müze dışında yine Çanakkale ili sınırları içerisinde yer alan bazı ören yeri ve antik kentler vardır bunlar;

Parion, Priapos, Neandria, Sigeon, Maydos, Uğurlu Köyü Höyüğü ve Yeni Bademli Höyüğüdür (GMKA, 2012:18).

2.3.4. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı ve Şehitlikler

Türk Dil Kurumunun yapmış olduğu tanıma göre şehit ‘‘Kutsal bir ülkü ve inanç uğrunda ölen kimse’’ şehitlik ise iki ayrı anlama gelmektedir birincisi ‘‘şehit olma durumu’’ ikincisi ‘‘şehitlerin gömüldüğü mezarlık’’ (www.tdk.gov.tr). Dünyanın en büyük zaferlerinden biri olan Çanakkale Savaşı ve geride kalan Çanakkale savaş alanları kahramanlık ve fedakârlığın bütünleştiği anlamlı alanlardan biridir. Çanakkale Savaş alanlarında Avrupalısı, Asyalısı, Afrikalısı, Avustralyalısı ve Yeni Zelandalısına karşı kahraman Türk Ordusu topraklarımızı istilaya karşı korumuştur (Yasdıman, 1993:116).

Günümüzde Gelibolu Yarımadası Milli Parkı olarak anılan bu savaş alanı Marmara bölgesinin batı kısmında Çanakkale ili sınırları içerisinde Gelibolu Yarımadasının güney kesiminin uç noktasında yer alır. Gelibolu Yarımadası Milli Parkı Saros Körfezi ile Akbaş İskelesini birleştiren kısmın güney tarafında kalan 33.000 hektarlık geniş bir alanı kaplar. Eceabat ve buraya bağlı olan 8 köy (Büyük Anafarta, Küçük Anafarta, Bigalı, Kocadere, Behramlı, Alçıtepe, Seddülbahir ve Kilitbahir) Milli parkın sınırları içerisinde kalır (Kaya, 2006:61). Oldukça geniş alanı kaplayan tarihi yarımada içerisinde bulunan şehitlikler, anıtlar ve müzeler aşağıdaki gibidir;

A. AKBAŞ ŞEHİTLİĞİ

B. ARI BURNU BÖLGESİ

- Bigalı Atatürk Evi
- Kumköy Şehitliği
- Çamtekke Komuta Yeri

- Yb. Halit ve Yb. Ziya, Ütğm. Hasan Tahsin Şehitliği
- Yusufçuktepe Anıtları
- Kireçtepe Şehitliği
- Büyük Kemikli (Gazi Baba Anıtı)
- Damakçılık Bayırı Anıtı
- Anzak Koyu Anıtı
- Kanlı Sırt
- Yb. Hüseyin Avni, Yzb. Mehmet Şehitliği
- Mehmet Çavuş Anıtı, Arıburnu Yarıları
- Kemalyeri Anıtı
- Bombasırtı
- Conkbayırı Anıtları, Atatürk'ün Saatinin Parçalandığı Yer, Atatürk'ün Saldırı Emrini Verdiği Yer, Ütğm. Nafiz Çakmak Şehitliği,
- Kocaçimentepe
- Kabatepe Tanıtma Merkezi ve Müze

C. SEDDÜLBAHİR BÖLGESİ

- İsimsiz Yüzbaşı Şehitliği
- Çamburnu Şehitliği

- İsimsiz Topçu Yüzbaşı Şehitliği
- Yzb. Tahir Bey Şehitliği
- Mecidiye Şehitliği
- Havuzlar Şehitliği
- Alçıtepe Şehitliği
- Son ok Şehitliği
- Sargı Yeri Şehitliği
- Nuri Yamut Abidesi
- Yahya Çavuş Anıtı, Hamit İbrahim Mezarı
- Seddülbahir Cephane Şehitliği
- Çanakkale Şehitleri Abidesi (Mehmetçik Abidesi ve Müze)
- Yb. Hasan Bey Şehitliği
- Mareşal Fevzi Çakmak'ın Harp İdare Yeri (Özdemir, 2011:14)

D. BÜYÜK YABANCI ANITLAR

- İngiliz Anıt ve mezarlıkları
 - Helles Anıtı - Gelibolu yarımadası uç kısmı (Seddülbahir)
 - Twelve Tree Copse - Alçıtepe köyü güneybatısı (Seddülbahir)
 - Beach (Mezarlık) - Ertuğrul Koyu (Seddülbahir)

- Skew Bridge (Mezarlık) - Alçitepe (Seddülbahir)
- Redoubt (Mezarlık) - Kerevizdere Kuzeyi (Seddülbahir)
- Pink Farm (Mezarlık) - Zığındere Ağız Kısmı (Seddülbahir)
- Lancashire Landing (Mezarlık) - Seddülbahir Kuzeybatı Kısmı
- Lone Pine (Anıt-Mezarlık) - Kanlısirt
- Chunuk Bair (Anıt-Mezarlık) - Conkbayırı
- Hill 60 - (Anıt-Mezarlık) Büyük Anafartalar Köyü Batısı
- Azmac (Mezarlık) - Kireçtepe Yolu Kenarı
- Green Hill (Mezarlık) B. Kemikli ile K. Anafartalar yol kavşağı
- Lala Baba (Mezarlık) - B. Kemikliburnu
- Emberkation Bier (Mezarlık) - Balıkçıdamları
- 2 Outpost (Mezarlık) - Arıburnu Bölgesi
- Canterbury (Mezarlık) - Arıburnu Bölgesi
- Arıburnu (Mezarlık) - B. Arıburnu
- Plugge's Plateau (Mezarlık) - Anzak Koyu Bölgesi
- Shrapnel Valley (Mezarlık) - Babatepe-Anafartalar Yol Kenarı
- Beach (Mezarlık) - Kabatepe-Anafartalar Sahil Yolu Kenarı
- Shell Green (Mezarlık) - Kabatepe-Anafartalar Sahil Yolu Ken.
- Jhonson's Jolly (Mezarlık) - Kanlısirt-Conbayırı Yolu

- 4th Batallion (Mezarlık) - Kanlısirt-Conbayırı Yolu
- Courtney'sand Steeles (Mezarlık) Kabatepe-Anafarta Sahil Yolu
- Quin's Post (Mezarlık) Kanlısirt-Conkbayırı Yolu
- Walker's Ridge (Mezarlık) Arıburnu Doğusu
- The Nek (Mezarlık) Cesarettepe
- Baby 700 (Mezarlık) 261 Rakımlı Tepe Güneyi
- 7th Field Amhulance (Mezarlık) Ağılder'nine Kenarında
- Fransız Anıt ve Mezarlıkları (Özdemir, 2011:80).

Savaş sonrasında oldukça fazla kayıp vardı bundan dolayı savaş mekânlarında hayatını kaybedenlerin çok az bir kısmı tek kişilik mezarlıklara defnedilmiştir. Geriye kalanlar ise salgın hastalık vb. nedenlerle toplu olarak defnedilmiştir. Defnedilenlerden geriye kalanlar ise hiçbir işlem yapılmadan arazi üzerinde çürümeye terk edilmiştir. Ancak İtilaf kuvvetlerinin cesetler üzerine yağlı bez parçaları atarak yaktıkları da olmuştur. Uçak gemileri üzerinde yaralanıp ölenler ise İngilizlerin söylemiyle "denize defnedildi" tüm bu yaşananlardan dolayı birçok kişinin kimlik tespiti yapılamasa da mezar ve mezarlıklar yapılmıştır. 1915 yılında İngilizler Seddülbahir bölgesinde Colonel Douhty Wylie' Grave, Redoubt, Skew Bridge, Lancashire Landing, V Beach, Pink Farm, Suvla'da Hill ve Büyük Anafarta Bölgesinde 7th Field Ambulance mezarlıklarını inşa etmişlerdir. Yine Arıburnunda Anzac Bölgesi olarak isimlendirilen yerde kimlikleri tam olarak tespit edilemeyen mezarlar ve abide inşa edilmiştir. İnşa edilen bu mezarlıklar ise; Baby 700, The Beach, Canterbury, Courtneys And Steels, Embarkation Pier, 4th. Battalion Prade Ground, Johnston's Jolly, Lone Pine, The Nek, No.2 Out Post, New Zealand No.2

Out Post, Plugge's Plateau, Quinn's Post, Shell Green, Hill 60, Shrapnel Valley ve Walkers Ridge mezarlıklarıdır. Savaş esnasında yapılan anıt ya da mezarların ise ağaç, tel örgü, taş duvar, çalılık vb. şeyler ile etrafları çevrildir (Bozkurt, 2012:62).

Çanakkale cephesinde kazanılan zafere rağmen diğer cephelerde mağlup sayılan Osmanlı Devleti mütareke talep etti ve imzalanan Mondros Mütarekesi'ne göre Çanakkale ve İstanbul Boğazlarındaki tahkimatların İtilaf Devletlerince işgaline izin veriyordu ve mücadele edecek durumda olmayan Osmanlı durumu kabullenmiştir. Sadece tahkimatları kapsamına karşın İtilaf bloğu Çanakkale ve Gelibolu'yu işgal etmiştir. Kontrolü ele alan İngilizler mezar ve mezarlıkların bulunduğu alanlarla ilgili planları yaparak uygulamak üzere çalışma başlatmışlardır.

1919 yılında yeni harp ve mezarlıkların yapımına başlanmıştır ve bunlarla birlikte daha önce inşa edilen mezarlıklarında düzenlemesine gidilmiştir. Ancak tüm bu hazırlıklar ve mezarların yapımı esnasında Osmanlı Devleti tarafından yapılan zafer anıtı (1916-1918), Çaldere anıtı ve Anzakların durdurulduğunun simgesi olan Kanlısirt Cemaldere Anıtı işgal sonrası ortadan kaybolmuştur. Yok edilmeleri konusunda İtilaf devlerine ilişkin kanıt olmasa da Australian War Memorial Museum'un internet sitesinde Gelibolu'daki Türk anıtlarından Temporary Turkish Monument (Geçici Türk Anıtı) olarak bahsi geçmektedir (Bozkurt, 2012:65-70-71).

Yabancıların mezarlıklarının yapımından sonrasına tekabül eden Milli parkın temeli 1954 yılında atılmıştır. 40 yıllık bir bekleyişten sonra 17 Nisan 1954 yılında temel atılan Milli Park 17 Nisan 1954 tarihli Çanakkale Gazetesi manşetine Çanakkale Şehitleri Abidesinin Temelinin atılacağına manşeti atmış ve Çanakkale Şehitleri Abidesi için A. Cevdet Tanyel bir köşe yazısı kaleme almıştır (Çanakkale Gazetesi, 1954:1). Yine Çanakkale Gazetesi 23 Nisan 1954 tarihinde Çanakkale Şehitleri Abidesinin temelinin atıldığını manşetine taşımıştır (Çanakkale Gazetesi, 1954:1). 1954 yılında yapımına başlanan Abide 21 Ağustos 1960 tarihinde tamamlanarak ziyarete açılmıştır(catab.kulturturizm.gov.tr).

Gelibolu'ya ilk ziyaret 24 Nisan 1920 tarihinde askeri ve sivillerin ziyaret talep etmesi sonucun Mondros mütarekesine göre İngilizlerin izniyle gerçekleşti ve ilk büyük ziyaret olarak nitelenen bugün ‘‘Anzak Günü’’ olarak ilan edilmiştir. Sonraki yıllarda da devam eden ziyaretler oldu ancak imzalanan Lozan Antlaşması gereği yapılacak ziyaretler için Türkiye’den izin alınması zorunlu kılınmıştır. Lozan Antlaşması ve uluslararası teammüller göz önünde bulundurularak ziyaret gerçekleştirmek isteyenlere kolaylıklar sağlandı ve engel çıkartılmamıştır (Bozkurt, 2012:91-92).

Tarihi Yarımada milli park vasfına 1973 yılında kavuşmuştur. Önce 1973 yılı 26.05 tarihi ve 7 / 6477 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile orman rejmine dâhil edilmiş sonra 02.11.1973 tarihinde Orman Bakanlığı tarafından tarihi milli park ilan edilmiştir. Devamında Milli Park için Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü ‘‘Uzun Dönem Gelişme Planı’’nı devreye sokmuştur. 1974 yılın da Eceabat da Milli Park Müdürlüğü kuruldu ardından 1980 yılı sonrasında Kültür ve Turizm Bakanlığı 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yasasına dayanarak tarihi milli parkı çok yönlü sit alanı ilan etmiştir (Yaşar, 2001:172).

Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli parkını ziyaretler II. Dünya Savaşı’ndan sonra düzenlenen anma törenleri ile birlikte başlamıştır. Ancak Milli Parkın turizm bağlamında gelişimi 2000 yılında Resmi Gazetede yayınlanan ve yürürlüğe giren ‘‘Milli Parkın doğal, tarihi ve kültürel değerleri, harp tarihi esasına ve çevreye uyumlu olarak korunur ve geliştirilir’’ ilkesiyle birlikte hız kazanmıştır. 2006 yılı Şubat ayında ise Opet’in öncülüğünde Tarihe Saygı Projesi olarak isimlendirilen, yerli ve yabancı misafirlerin Gelibolu’yu ziyaretlerinde problem yaşamamaları için fiziki ve sosyal şartlar üzerine çalışmalar başlatılmıştır. Opet tarafından başlatılan çalışmayla Alçitepe, Seddülbahir, Bigalı, Kilitbahir, Büyük Anafarta, Küçük Anafarta alanlarında köy meydanları, müzeler, tuvaletler ve satış alanları yenilenerek turizm anlamında canlılık getirilmiştir (Yeşilıdağ, 2010:27-37).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VE EKONOMİ

3.1. Turizm ve Ekonomi İlişkisi

Ekonomi genel olarak insanların isteklerini karşılayacak miktarda kaynağın olmadığı durumu karşılayan kıtlık kavramından yola çıkılarak tanımlanır aynı zamanda ekonomi kişilerin isteklerini karşılayan kıt kaynaklar içinde yaptıkları seçimleri anlamlandırmaya çalışan bir bilim dalıdır (Zengin, 2010: 104).

Turizm boş zaman değerlendirmesinin nasıl yapılacağıyla bağlantılı ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, istihdam, tüketim, dışsattım ve kamu gelirleri üzerinde ekonomik etkisi bulunan bir olaydır. Turizm olayı öncelikle ödemeler dengesi üzerinde etkili görünmez bir dış satım kalemidir. Diğer bir deyişle turizm ülke içinde perakende olarak üretilen mal ve hizmetlerin dışa satımı olarak kabul görmektedir (Barutçugil, 33). Turizm vasıtasıyla insanlar hem farklı kültür ve güzellikleri görür hem de yaptıkları harcamalarıyla gittikleri ülke ya da bölgenin ekonomisine katkı sağlarlar (Çak, 2007:13). Bir ülkenin kalkınmasında turizmin önemi ve turizm sektörünün payından söz edebilmek için turizmin ekonomik etkilerini ölçmek gerekir (Ünlüönen ve Tayfun, 2013:16)

Ekonomi tarım, sanayi ve hizmet sektörü olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır. Turizm kavramının ortaya çıkışından belli bir süre sonra ekonomi bilimi turizm faaliyetlerini de sınırları içine dâhil etmiştir. 1920'li yılların son safhalarına doğru turizm bazı ülkeler için önemi gittikçe artan ekonomik faaliyet halini alırken, özellikle ödemeler dengesi üzerinde yarattığı etkileri ile de önem arz etmeye başlamıştır (Zengin, 2010: 104).

Turizmin ekonomi üzerinde farklı boyutlarda etkisi olduğundan söz etmek mümkündür. Turizm ekonomide;

- Dış Ödemeler Dengesine
- Gelire
- Ek İhracata
- İç Pazar Fiyatlarına
- İstihdama
- Devlet Gelir ve Harcamalarına
- Diğer Ekonomik Sektörlere (Tarım, Sanayi, Hizmet)
- Döviz Kuruna
- Yatırımlara etki eder (Sönmez, 2012:32-47).

Ekonomi üzerinde turizmin geliştirilmesinin akıllı nedenleri ve beklenen sonuçlarının incelenmesi olayı turizm sektörünün ekonomi içerisindeki rolünü ve önemini vurgular. Yapılacak inceleme turizm sektörünün ekonomik potansiyelini ortaya koyacağı gibi turizm işletmelerinin yatırımı ve işletilmesi hususunda ulusal ya da bölgesel boyutta doğrudan veya dolaylı etkilerini de ortaya çıkarır (Barutçugil,1986:33).

3.2. Dünya’da Turizm Ekonomisi

Turizm ekonomisi; turistik olayın nedenini, kapsamını, gelişme şartlarını, sonucunu ve bu olaylar örgüsü arasındaki neden-sonuç ikilisi arasındaki ilişkiyi bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan araştırıp turizm olayının bağlı bulunduğu kanun ve ilkeleri ortaya çıkaran bir çalışma alanıdır (İçöz, 2007:228).

II. Dünya savaşı sonrası hızlı bir gelişim içerisine giren turizm sektörü Dünya üzerinde çoğu ülkenin ekonomisi üzerinde önemli girdiler sağlayan bir faaliyet

haline geldi. Özellikle gelişmekte olan ülkeler üzerinde olumlu etkiler sağlayan turizm ekonomisi bahsi geçen ülkeler de istihdam olanaklarını, refah düzeyini ve mevcut yaşam şartlarını artırmıştır (Zengin, 2010:105). Turizmin ekonomik açıdan oldukça büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. Yüzyıl ortalarında fark edilmiştir. Ancak 1950’lili yıllara kadar kalkınma, gelişme ve zenginlik analizli küresel çaplı araştırmalarda turizm sektörü genel olarak göz ardı edilmiştir (Bahar, 2006:137-138).

Turizm ekonomik öneminin fark edilmesiyle birlikte, 21. Yüzyıl küresel ekonomisinde yer edinmiş telekomünikasyon ve bilgi teknolojileriyle birlikte en hızlı büyüyen sektör olmuştur. Günümüzde gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda turizm sektörü ekonomik büyüme ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir. 1950 yılında Dünya genelinde turist sayısının 25,3 milyon olduğu düşünülürse (Bahar, 2006:138), o günden bu güne gelindiğinde WTO’nun yayınlamış olduğu 2016 yılı rakamlarına göre turist sayısı 1.235 milyar, elde edilen gelirlerin dolar bazında 1.220 milyon US\$ (Amerikan Doları) Euro bazında 1.102 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir (WTO, 2017:5, Bahar, 2006:138). Artışlar göz önüne alındığında 1950’li yıldan bu yana turist sayısında %2048 civarında bir artış söz konusu olmuştur buda ortalama 1950’li yılının 48,8 katına denk gelmektedir (Bahar, 2006:138). Başlarda ekonomik bir değer olarak görülmeyen turizm sektörü günümüzde ülkeler için milli gelirlere katkı sağlayan, kişilerinde geçim kaynağı olarak gördüğü bir sektör halini almıştır.

3.3. Türkiye’de Turizm Ekonomisi

Gelişmekte olan ülkelerde büyüme ve kalkınmanın temelini ihracata dayalı gelişme stratejisi oluşturur ancak 1960 ve sonrasında az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler ithal ikameci statülerini değiştirmiş bunun yerine ihracata dayalı ekonomik büyüme politikası yolunu tercih etmiştir (Bahar, 2006:139). Günümüz Dünyasında turizm her geçen gün hızla değişmekte ve kendini sürekli yenilemektedir. Değişim ve yenilenme konusunda süreklilik arz eden turizm gelecek dönemlerde de gelişimini devam ettirecek bir sektör olarak kabul edilmektedir.

Yapılan tahminlere göre 2020 yılı itibariyle turizmin Dünya ekonomisindeki payı 2 trilyon dolara ulaşacaktır (Yıldız ve Durgun, 2010:6).

Türkiye Cumhuriyet yönetimine oldukça geriden ilkel bir formla giriş yapmıştır. 1980’li yıllarda Türkiye ekonomik ve sosyal alanda önemli gelişmelere ve değişimlere sahne olmuştur. Yaşanan gelişim ve değişim süreci Türkiye’yi 1920’de bulunduğu konumdan çok başka bir konuma taşımıştır. Cumhuriyet yönetimi Türkiye’si 1980’li yıllarda gelişmiş bir endüstri yapısına sahipti ve bu endüstri yapısı hızla artan nüfusu besleyen, hammadde temin eden, dışsatım kalemlerinden olan fazlasıyla ileri bir tarıma, etkin ve hızlı gelişen haberleşme ve ulaşım sistemine, yaygın eğitim ağına, sosyal güvenlik kurumlarına, aktif bankacılık alanına, bazı alanlarda ileri denilebilecek teknolojik birimlere, girişimci iş adamı sınıfına, yetenekli yöneticilere ve teknik çalışan kadrosuyla çalışmıştır. 1980’li yılların Türkiye’sinde endüstri, tarım, ticaret ve inşaat gibi alanların yanı sıra bilimde, kültürde, teknolojiye ve sosyal gelişimde üstün başarılar elde edilmiştir (Barutçugil, 1986:114).

Dünya genelinde turizm sektöründe yaşanan hızlı gelişim Türkiye’de özellikle 1980 ve sonrasında görülmeye başlamıştır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:352). Türkiye ekonomisi içerisinde turizmi iki ayrı dönemde incelemek daha doğru olacaktır. 1962 dönemi ve öncesi olarak iyi ayrılan bu dönemler planlı ve plansız dönem olarak isimlendirilir. Plansız dönem içerisine dâhil olan 1923 ve 1950’li yılları arasında kalan zaman dilimi turizm ve turizmin ekonomik etkileri açısından Türkiye de oldukça kısır bir döngü içerisinde ilerlemiştir ancak plansız döneme tekabül eden 1950-1960 yılları arasında turizm ve uygulamaları ile alakalı çalışmalarda yapılmıştır. 1950-1960 dönemi Hem turizm alanı ile ilgili çalışmaların hız kazandığı hem de uygulanması noktasında politikaların düzenlendiği bir dönem olmuştur (Oktayer vd., 2007:43). Ancak 27 Mayıs 1960 tarihli ihtilal ile Türkiye’de yeni yeni gelişmeye başlamış olan turizm tamamen durgunluk içine girmiştir. İhtilalden sonraki yıllarda devrilen iktidarın turizm alanındaki faaliyet ve tasarrufları

üzerine yoğun bir soruşturma başlatılmış, henüz bitmemiş olan yatırımlar durdurulmuş, yapımına başlanılmayan projeler iptal edilmiş ve krediler durdurulmuştur. 1962 yılında turistik yatırımların inşasını yasaklayan uygulama esnekleştirilmiş ve yatırımların bir kısmının yapımı tamamlanmıştır (Ünlüöner ve Tayfun, 2013:18).

Türkiye’de 1960 ve sonrası planlı dönem olarak adlandırılır. 1950-1960 yılları plansız dönemine karşıt çıkartılmış ve uygulamaya konulmuştur. Planlı dönem 1962 yılında çıkartılan geçici bir uygulama ile başlamıştır. Türkiye’de uygulanan planlar kalkınma tipli olup uygulanma süresi bakımından üç ayrı plan modeli uygulanmaktadır;

- **Perspektif Planlar:** Uzun dönemli plandır. Türkiye’de 1963-1977 yılları arasında uygulanmaya koyulmuştur. Ancak ortaya çıkan değişimler ve yeni etmenlerden dolayı 1973-1995 dönemini içerecek şekilde yenilenerek 1973 yılında tekrar uygulanmaya konmuştur.
- **Beş Yıllık Kalkınma Planları:** Orta dönemli planlar olarak nitelendirilen plan türüdür. Türkiye de ilk olarak 1963-1967 döneminde ilki uygulanmaya koyulmuştur. Son dönem de ise 2023 stratejileri şeklinde 5 yıllık kalkınma planları devreye sokuldu ise de ilk dönemde geç kalındı ikinci uygulama dönemi için ise herhangi bir açıklama yapılmamıştır.
- **Kısa Dönemli Planlar:** Yıllık programlar olarak adlandırılan bu programlar diğer iki plandan daha ayrıntılıdır. Kısa dönemli planlar beş yıllık kalkınma planlarının uygulanma zamanlarının belirlenmesinden meydana gelmektedir (N. Kozak vd., 2001:114)

Türkiye’de turizmin ekonomi içerisinde ki yerini belirlemek için özellikle 1980 ve sonrası dikkate alınmalıdır. Bahsi geçen dönemde turizmi doğrudan

ilgilendiren uygulamaya alınan iki ayrı önemli kanun çıkarılmıştır. Bunlardan birincisi 24 Ocak 1980 tarihli Ekonomik İstikrar Tedbirleri ikincisi ise yine 1980 yılı sonrasında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunudur. Türkiye turizm alanında ilk dönemleriyle karşılaştırıldığında günümüzde oldukça iyi bir yol katetmiştir ve turizm konusunda gelişmiş ülkelerden daha iyi bir konumda yer aldığı görülmektedir (N. Kozak vd, 2001:116-121).

Döviz girdisi sağlaması, istihdamı artırması, dış ticaret açığına etki etmesi ve enflasyona olan etkisinden dolayı ulusal ekonomiye olumlu yönde katkı sağlayan turizm günümüz de devletin önemle üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. Özellikle yukarıda belirtildiği üzere 1980 ve sonrası Türkiye Turizminin Ekonomi açısından öneminin ortaya çıktığı dönemdir ve günümüzde halen aynı şekilde devam etmektedir. 1980 yılında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı 1.288.060 kişi elde edilen gelir 326.654 bin dolar, 1997 yılında ziyaret eden kişi sayısı %11,1 artışla 9.689.004'e ulaşmış elde edilen gelir ise 8.088.549 dolar olmuş, 2000 yılında ziyaret eden kişi sayısı 10.428.153 elde edilen gelir 7.636.000 dolar, 2001 yılında ziyaret eden kişi sayısı 11.618.969 elde edilen gelir 8.932.000 dolar olmuştur (Çımat ve Bahar, 2003:2-3). 1980 ile 2001 yılları arasında inişli çıkışlı dönemler yaşansa da misafir sayısı ve elde edilen gelirden önemli ölçüde artış olmuştur. Son yayınlanan veriler incelendiğinde 2012 yılında turist sayısı 29.007.003 elde edilen gelir 36.463.921 dolar, 2013 yılında turist sayısı 32.310.424 elde edilen gelir 39.226.226 dolar, 2014 yılında turist sayısı 34.305.904 elde edilen gelir 41.415.070 dolar, 2015 yılında turist sayısı 31.464.777 elde edilen gelir 41.617.530, 2016 yılında turist sayısı 22.107.440 elde edilen gelir 31.365.330 dolar olmuştur (www.tursab.org.tr). Önceki yıllarda olduğu üzere yaşanan bazı olumsuzluklar bazı dönemlerde düşüşe neden olmuştur özellikle 2016 yılında yaşanan Türkiye – Rusya krizi bir önceki yıla göre %1,423'lük bir düşüş yaşatmıştır. Turizm Türkiye ekonomisine oldukça önemli girdiler sağlayan öncü sektörlerden biridir ancak hala turizmin ekonomik etkileri bölgeler arasında yaygınlaştırılabilmemiş değildir.

3.4. Çanakkale İli Ekonomisi

Sosyo-Ekonomik gelişmişlik sosyal ve ekonomik açıdan gelişimi vurgulayan bir durumdur. Sosyo ekonomik gelişim ekonomik kalkınma ile aynı anlama gelir, Ekonomik kalkınma ise; ekonomi içerisinde meydana gelen nicel ve nitel gelişimi ifade eder. Bir başka şekilde açıklanacak olursa hem sayısal hem de yapısal değişimi içeren bir kavramdır. Ekonomik kalkınma kişi başına düşen milli geliri, üretimdeki artışı, ekonomideki gelir ve verimlilik artışını engelleyen kısır döngüleri kapsamasının yanı sıra iktisadi yapı ve sosyo kültürel yapılardaki değişimleri de kapsamaktadır (Özdemir ve Altıparmak, 2005:97).

Hayat standartlarını yükseltme ve fakirlik kısır döngüsünü ortadan kaldırmanın en iyi yolu ekonomik kalkınmadan geçer ancak ülkeler, coğrafi bölgeler, ülkelerin kendi içerisindeki bölgeler ve hatta iller arasında gelişme ve kalkınma farklılığı vardır. Bir ülkenin her ili ekonomik ve kalkınma anlamının da aynı performansı göstermeyebilir bir il çok daha iyi gelişmişken diğeri aynı şekilde gelişim göstermemiş olabilir bu doğal durum her ülke de olduğu gibi Türkiye’de de görülmektedir. Yıllardan beri alınan teşvikler, önlemler vb. olaylara rağmen iller ve bölgeler arası eşitsizlikler devam etmektedir (Özdemir ve Altıparmak, 2005:97).

Çanakkale ili Türk milletinin hafızasında Kurtuluş Savaşının bir simgesi olarak yer edinmiştir (İncekara, 2005:64). Çanakkale ekonomisinin geçmişi tarıma dayalıdır. İlin genelinde 168.992 hektar tarım alanı mevcuttur. Ekilebilen arazinin %9’da baklagiller, %3’de endüstri bitkileri, %14’ü yağlık tohumlar, %1,4’ü ise yumru bitkileri ziraatine ayrılmıştır. Tahıl çeşidinden sırasıyla en çok buğday, yulaf, arpa, nohut ve bakla ekimi yapılmaktadır. Yine bölgede en çok üretilen bir diğer tarım ürünü ise zeytindir Türkiye sınırlarında üretilen zeytinlerin %10’luk kısmı Çanakkale’den çıkmaktadır. Tarımın yanı sıra Çanakkale ekonomisine etki eden bir diğer uğraş ise hayvancılıktır en çok küçükbaşın beslendiği Çanakkale’de arıcılık, kümes hayvanı beslemesi ve balıkçılıkta yapılmaktadır (Eren, 1993:5).

2013 yılında yayınlanan Tuik seçilmiş göstergelerle Çanakkale raporunda ilin ilçe sayısı 12, belediye sayısı 23 ve köy sayısı ise 573 olarak verilmiştir. Şehirleşme oranı yıl bazında %57,6 olarak verilen raporda ekonomik anlamda verilen bilgiler incelendiğinde halen tarıma dayalı ekonominin hüküm sürdüğü görülür ancak son yıllarda tarıma dayalı sanayi sektörünün de gelişim içerisinde olduğu gözden kaçmamaktadır. Raporda belirtildiği üzere 2011 yılında yapılan nüfus sayımına göre ilde istihdam edilen kişiler (15+ yaş) 'in %38,8 tarım sektöründe %17,5'i sanayi sektöründe ve %43,8 hizmet sektöründe çalışmaktadır. Bunların yanı sıra Türkiye açısından artan önemi göz önüne alındığında Rüzgâr Enerjisi üretimi konusunda coğrafi uygunluğu ile bağlantılı olarak Çanakkale'nin üretimde payının arttığı görülmektedir (TUIK, 2013: XII).

Çanakkale; misafirperver halkı, el değmemiş doğası, özgün nitelikli yapıları, antik kentleri, surları, şehitlikleri, ılıman kuşakta yer alan iklimi, mavi bayraklı plajları, büyüleyici adaları, termal kaynakları, çeşitli tarımsal ürünleri, yöresel lezzetleri, taze ve çeşitli balıkları, el sanatları ve sanatçıları ile Türkiye'nin güzide kültür ve turizm merkezlerinden biridir (TUIK, 2013:XII). Ekonomik yapısı özetle öncelikli olarak tarım, daha sonra hizmet sektörü, en son sırada ise sanayiye dayanır. İlçeler, merkez ve adalarda oldukça farklı ekonomik yapının hâkim olduğu Çanakkale ilinde sosyo-ekonomik yapı içerisinde turizm mekanizmasının yer aldığını söylemek oldukça zordur (Dinçer vd., 2005:65-66).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇANAKKALE İLİ SAVAŞ ALANLARININ TURİZM VERİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

İnsanlık var olduğundan bu yana çeşitli nedenlerle savaşlar yapılmıştır. İlk başlarda hayatta kalmak için savaş verilirken insanlık geliştikçe bu savaşlar yerini mevkii, mal, mülk ve Dünyaya hükmetme gibi sebeplere bırakmıştır. İnsanlık tarihi geçmişte oldukça fazla savaşa şahit olmuştur. Yapılan savaşlar savaşı yapan taraflardan birini bitirirken diğerini yüceltmıştır ancak her bir yücelende zaman geldiğinde başka bir savaşta kaybetmiştir. Savaşlar kimi zaman dönüm noktası olmuş kimi zaman karanlığa mahkûm etmiştir.

İnsanlar var olduklarından bu yana sürekli bir yer değiştirme ihtiyacı hissetmişlerdir. Bu yer değiştirme hareketi kimi zaman fiziksel ihtiyaçlar kimi zaman gezme, görme, öğrenme kimi zamanda bölgelerini savunma ya da bir başka bölgeyi elde etmek için gerçekleştirilmiştir. Turizm yer değiştirme hareketine dayalı bir olaydır. İnsanlar her dönem farklı amaçlarla farklı yerleri keşfetme isteği duymuşlardır. Günümüz de olduğu üzere eski zamanlarda da insanlar sağlık ve inanç ile alakalı konulara fazlasıyla eğilimliydi bazen sağlıkları için bazen de inançları ve geçmişlerine saygı için insanlar kutsal mekânları ve sağlık kaynağı merkezlerini ziyaret etmişlerdir.

Araştırmanın konusu insanların geçmişlerine olan bağlılığı ve meraklarıyla bağlantılı olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmada Türkiye turizminde hüzün turizmi destinasyonu olan Çanakkale savaş alanlarının ekonomik anlamda incelenmesi konu edinilmiştir ve Çanakkale ili, savaş alanları, turizmi, savaş turizmi, ekonomi ve turizm verileri ışığında konu detaylandırılmıştır.

Araştırmanın amacı günümüz turizmde giderek artan bir potansiyele sahip olan alternatif turizm türlerinden hüzün turizmde Türkiye’de bulunan ve Dünya’nın en önemli hüzün turizmi alanlarından biri olan Çanakkale savaş alanlarının Çanakkale ve Türkiye turizmine olan katkısını ortaya çıkartmaktır. Yapılan bu araştırmanın diğer bir amacı ise ileride yapılacak olan araştırmalarla genişletilerek Türkiye turizmde hüzün turizmi konusunun daha fazla yer edinmesini sağlamaktır.

Turizm genel olarak bakıldığında son dönemlerde tüm Dünya ülkelerinin çeşitli ürünlerle pastadan pay almak istediği bir alan haline gelmiştir. Başlarda kitlesel turizm alanında kısıtlı türde ürünler sunulurken günümüzde turizm talebinde meydana gelen artış ile her bir ülkenin turizm alanında farklılaştırılmış ürünlerle hizmet sunması gerekliliğini ortaya çıkartmıştır. Deniz-Kum-Güneş turizmi, turizm alanı ve sezonunu kısıtlayan bir turizm türü olduğundan diğer ülkeler de olduğu gibi Türkiye’de de deniz-kum-güneş üçlüsü yanı sıra alternatif turizm türlerine de ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda alternatif turizm türleri hem turizm sezonunu hem de alanını genişletmiş olacağından hüzün turizmi alanı olan Çanakkale savaş alanlarının Türkiye turizmindeki yerini belirlemek ve üzerine daha fazla eğilim göstermek Türkiye açısından önem arz etmektedir.

Sonuç olarak yapılan literatür taraması ve elde edilen veriler ışığında Çanakkale savaş alanlarının turizm açısından önemi vurgulanmaya çalışılmıştır buda çalışmanın önemini daha belirgin olarak ortaya koymaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimler alanında yorumlayıcı paradigma, toplumsal yaşam alanında bireyler arasında meydana gelen ilişkilerden ortaya çıkan olguları gündelik yaşamın pratik alanına indirgeyerek, küçük yapılar şeklinde etkileşim içinde bulunan bireylerin duygu, düşünce ve algı Dünya’sı üzerinden eylem ve olayların betimlenmesi amacı güden ve bu amacı gerçekleştirmek yolunda konu ve olayların ele alınmasına uygun kavram, ilke, kural, teori, yöntem ve metodlar aracılığıyla

ortaya koyan önemli bir yaklaşımdır (İnci, 2014:18). Bu araştırmanın hazırlanmasında benimsenen yöntem yorumlayıcı yaklaşım, uygulanması konusunda da ise açıklayıcı yaklaşım yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın son kısmında yer alan tabloların analizi ve yorumlamasında ise oran analizinin bir sınıflaması olan yatay analiz (karşılaştırmalı tablolar) yönteminden yararlanılmıştır.

Oran analizi tanımlaması ve yapısının uygunluğu açısından sıklıkla kullanılan geniş kapsamlı bir analiz tekniğidir. Bilanço ve gelir tablolarında yer alan kalemlerin birbirleri arasından anlamlı bir şekilde oranlanması ile işletme/kurumun performansının incelenmesi şeklinde tanımlanabilir (M. Boz, 2017:60, Tarım, 2001:174-175). Oran analizi bilanço ve gelir tablolarında kullanılan ve tablolarda yer alan kalemleri birbirleriyle oranlanmasından ortaya çıkan bulgulardan sonuçlar çıkarılması sürecidir ancak oran analizinde tüm kalemler birbirleriyle oranlanmazlar sadece birbirleriyle anlam teşkil edecek kalemler oranlanır (Gümüş ve Bolel, 2017:89).

Yatay analiz, bir şirket-kurum ya da kuruluşun farklı tarihlerde düzenlenmiş finansal tablolarında yer alan kalemlerindeki rakamsal değişikliklerin incelenerek yorumlanmasına dayanır. Bu analiz tekniği sadece belirli bir yıldaki rakamlar arası ilişkiyi değil, bu rakamların belirlenen zaman içerisindeki artışını veya azalışını incelemektedir. Analizin gerçekleştirilmesi için belirli bir yıl yada yıllar aralığı baz alınır ve seçilen yıllara ait tüm kalemler 100 olarak ifade edilir ve sonraki yılların artış oranlarına göre tablolar hazırlanır (M. Boz, 2017:60, Öztin, 2002:347)

Yine tabloların yorumlanmasına katkı sağlaması ve daha iyi bir sonuç elde etmek için turistik fonksiyon oranı ve otelcilik fonksiyonu oranı ile değerlendirme yapılmıştır.

Turistik fonksiyon oranı, belirlenen herhangi bir bölgenin (T) zamanında turistlerin hizmetine sunabileceği, toplam konaklama potansiyeli ve bölgenin nüfusu arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Turistik fonksiyon oranı, konaklama potansiyeline katkı sağlayan yatırım kararının önemli kriterlerindedir. Bölge nüfusunun az ya da çok olması turistlerin geliş kararını etkiler, bundan dolayı belirtilen bu kriterde turizm ile demografik koşullar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Turistik fonksiyon oranının alabileceği değerler aşağıda sıralanmıştır;

- Tf (t)=0: Hiçbir konaklama potansiyelinin olmadığı yer,
- Tf (t)=1'den az: Turistik fonksiyonun rüşeyn durumunu ve turistlerin ekonomik hayata hemen hemen hiç etki göstermediğini,
- Tf (t)=10'dan az: Zayıf bir turistik fonksiyonu,
- Tf (t)=35: Bir turistik istasyonun sınıflamaya girebilmesi için, kampingler hariç taşınması gereken koşulu,
- Tf (t)=40: Otellerde bulunması gereken yer sayısından oluşan turistik fonksiyon oranını,
- Tf (t)=100: Canlı bir turistik istasyonu,
- Tf (t)=100'den büyük: Eski bir turistik istasyon veya büyük av, kış, termal turizmi istasyonlarını,
- Tf (t)= ∞ :Hiçbir konaklama potansiyelinin olmadığı yeri ifade etmektedir (Olalı, 1990:185-186)

Formülü;

$$T_f(t) = \frac{L \cdot 100}{P}$$

T_f(t): Turistik fonksiyon oranı

L: Toplam konaklama potansiyeli (Yatak Sayısı)

P: Sürekli nüfusu ifade etmektedir

Otelcilik fonksiyonu oranı ile değerlendirmede turistik fonksiyon oranı, sadece turistik oteller açısından hesaplandığında otelcilik fonksiyon oranı bulunur ve T_f(H) ile ifade edilmektedir.

Formülü;

$$T_f(H) = \frac{NL \cdot 100}{P} \quad \text{NL: Turistik otellerdeki yatak sayısını ifade etmektedir.}$$

Metropol olarak alınan bölgelerde bu oran, 1,78 kabul edilmektedir (Olalı, 1990:189). Ancak belirlenen bölgede bu belirtilen oran az ise, mevcut otellerin verimliliği de yüksek olursa eğer bu durum yanıltıcıda olabilmektedir bundan dolayı bölgenin otel odasına olan ihtiyacı da hesaplanmalıdır (Olalı, 1990:189).

Araştırma literatür taraması, kurum verilerinin incelenmesi üzerinden mevcut durumu saptamaya ve geliştirmeye yönelik bir çalışmadır. Araştırma safhasında kurum ve kuruluşların elde etmiş olduğu verilerin toplanması için aşağıdaki birimler ile irtibata geçilmiştir;

*Çanakkale ili tüm verileri için 25.11.2017 tarihinde Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğünden Hüseyin Şevik Bey ile görüşülmüştür.

*Çanakkale savaş alanları bilgilendirmesi ve veriler için 25.11.2017 tarihinde Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığından Sıdıka Yamaç Hanım ile görüşülmüş ve verilerin elde edilmesi için <http://catab.kulturturizm.gov.tr/> sitesine yönlendirme yapılmıştır.

*Yine Çanakkale savaş alanları bilgilendirmesi ve kaynak temini için 20.12.2017 tarihinde Türkiye Şehitlikleri İmar Vakfıyla görüşülmüş ve Çanakkale şehitlikleri hakkında bilgi ve kaynak edinilmiştir.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Çanakkale ilidir. Örneklemi ise, Çanakkale ili turizmi içerisinde yer alan ve hüznün turizmi alanının en önemli örneklerinden olan Çanakkale savaş alanlarıdır.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sonuç ve öneriler kısmının oluşturulmasında kullanılan veriler 2011-2016 yılları aralığıyla sınırlandırılmıştır.

Araştırma kapsamında Gelibolu Yarımadası Tarihi Alan Başkanlığı, Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Günay Marmara Kalkınma Ajansı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türsab ile görüşülerek veriler elde edilmiştir.

Gelibolu Yarımadası Tarihi Alan Başkanlığı yetki alanı sadece Çanakkale Savaş Alanları, Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü yetki alanı sadece Çanakkale ili, Günay Marmara Kalkınma Ajansı yetki alanı ise Çanakkale İli'nin de dâhil olduğu Güney Marmara Bölgesi ile sınırlıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türsab Yetki alanı ise Türkiye Cumhuriyeti ile sınırlıdır.

4.6. Araştırmanın Bulguları

4.6.1. Çanakkale İli Turizm Verileri

Araştırmanın bu bölümünde Türkiye ve Çanakkale İli Turizm verilerine yer verilmiştir. Tablolarlar ve şekiller yardımıyla bir araya getirilen veriler oran analizi, konaklama fonksiyon analizi ve doluluk analizi yöntemleri kullanılarak yorumlayıcı paradigmanın açıklayıcı yöntemi kullanılarak yoruma tabi tutulmuştur. Verilerin

belirlenen yöntemler ışığında analiz edilmesinden sonra araştırmanın en son kısmını oluşturan sonuçlar ve öneriler kısmına geçilmiştir.

Tablo 7: Çanakkale İli Turizm İşletme Belgeli Tesis Verileri

Yıllar	Turizm İşletme Belgeli Tesisler					
	Tesis Sayısı	Artış Oranı (%)	Oda Sayısı	Artış Oranı	Yatak Sayısı	Artış Oranı
2011	47	0	2.374	0	4.795	0
2012	47	0	2.346	-0,011	4.752	-0,008
2013	50	0,063	2.527	0,077	5.104	0,074
2014	52	0,040	2.715	0,074	5.516	0,080
2015	56	0,076	2.855	0,051	5.809	0,053
2016	67	0,196	3.005	0,052	6.099	0,049
Genel Top. Ve Ort.	67	0,062	3.005	0,040	6.099	0,041

Kaynak: Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri, 2016.

Tablo 7’de Çanakkale’nin turizm işletme belgeli tesis sayıları, oda sayıları ve yatak kapasitelerine yer verilmiştir. Yatay analiz (karşılaştırmalı) yönteminin kullanıldığı tabloda hesaplama $(2012-2011/2011= \%)$ şeklinde yapılmıştır. Tesis sayısındaki artış en fazla 2016 yılında, en az ise 2011-2012 yıllarında. Tesis sayısını takiben oda sayısında yaşanan artışın en fazla olduğu yıl 0,077 oranla 2013 yılı, en az olduğu yıl ise -0,011 oranla 2012 yılıdır. Yatak sayısı artışına bakıldığında ise 0,80’lik ortalama ile en fazla artışın 2014 yılında, -0,008’lik ortalama ile 2012 yılının en az artışın olduğu yıl olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 8: Çanakkale İli Belediye İşletme Belgeli Tesis Verileri

Yıllar	Belediye İşletme Belgeli Tesisler					
	Tesis Sayısı	Artış Oranı (%)	Oda Sayısı	Artış Oranı (%)	Yatak Sayısı	Artış Oranı (%)
2011	356	0	5.727	0	13.792	0
2012	393	0,103	5.999	0,047	14.427	0,046
2013	412	0,048	5.956	-0,007	14.168	-0,017
2014	468	0,135	6.650	0,116	16.377	0,155
2015	521	0,113	7.544	0,134	18.294	0,117
2016	556	0,067	7.828	0,037	19.000	0,038
Yıllar Ortalaması		0,077		0,054		0,056

Kaynak: Çanakkale İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri, 2016.

Tablo 8’de Çanakkale’nin belediye işletme belgeli tesis sayıları, oda sayıları ve yatak kapasitelerine yer verilmiştir. Yatay analiz (karşılaştırmalı) yönteminin kullanıldığı tablodan çıkan sonuçlar incelendiğinde tesis sayısındaki artışın en çok 2014 yılında, en az ise 2013 yılında gerçekleşmiş olduğu görülmektedir. Tesis sayısını takiben oda sayısında yaşanan artışın en fazla olduğu yıl 0,134 oranla 2015 yılı, en az olduğu yıl ise -0,007 oranla 2013 yılıdır. Yatak sayısı artışına bakıldığında ise 0,155’lik ortalama ile en fazla artışın 2014 yılında, en az artışın -0,017’lik ortalama ile 2015 yılında olduğu görülmektedir.

Çanakkale Bölgesi turistik fonksiyonu oranı hesaplaması;

$T_f(t)$: Turistik fonksiyon oranı

L: Toplam konaklama potansiyeli (Yatak Sayısı) – Çanakkale toplam yatak kapasitesi 25.099 (Turizm İşletme Belgeli + Belediye Belgeli)

P: Sürekli nüfusu ifade etmektedir – Tuik verilerine göre Çanakkale 2016 yılı nüfusu 519.793 kişidir (<http://www.canakkale.gov.tr>).

Bu formüle göre Çanakkale bölgesinin turistik fonksiyon oranı;

$$T_f(t) = \frac{25.099.100}{519.793} = 4,82$$

$T_f(t)=10$ 'dan az olması durumu "zayıf bir turistik fonksiyonu" ifade etmektedir. Bu durumda Tablo 7 ve 8'in birlikte alındığı tüm yatak kapasitelerinin turistik fonksiyon oranı sonucu Çanakkale yöresinin turistik fonksiyon açısından zayıf olduğunu göstermektedir. Ancak tek başına alınması yanılgıya düşmeyi sağlayabileceğinden turistik fonksiyon oranı yanında otelcilik fonksiyonu oranıyla da hesaplama yapılması gerekmektedir.

$$T_f(H) = \frac{NL \cdot 100}{P}$$

$T_f(H)$: Otelcilik fonksiyonu oranı

NL: Turistik otellerdeki yatak sayısını ifade etmektedir – Çanakkale ili turizm işletme belgeli tesisleri yatak kapasitesi – 6.099'dur.

P: Sürekli nüfusu ifade etmektedir - Tuik verilerine göre Çanakkale 2016 yılı nüfusu 519.793 kişidir (<http://www.canakkale.gov.tr>).

Bu formüle göre Çanakkale bölgesinin turistik fonksiyon oranı;

$$T_f(H) = \frac{6.099.100}{519.793} = 1,17$$

Bu oran büyükşehirler için 1,78 olarak kabul edilmektedir. Çanakkale'nin turistik fonksiyon oranı belirtilen oranın aşağısında çıkmaktadır. Eğer bir bölgede bu oran belirlenen oranın altındaysa ve mevcut otellerinde verimliliği yüksekse ortaya çıkan sonuç yanıltıcı olabilmektedir. Bundan dolayı bölgenin ayrıca otel odası ihtiyacı da hesaplanarak yorum yapılmalıdır (Olalı, 1990:189).

Formülü; Yatak sayısı / Oda sayısı oranı = % şeklindedir.

Çanakkale bölgesi için; Yatak sayısı / Oda sayısı rasyosu $25.099 / 8.328 = 3,01$ 'dir.

$$\frac{L \cdot 100}{519.793} = 1,78 \quad L = 9.252 \text{ olması gereken toplam yatak sayısı.}$$

Yatak İhtiyacı Hesaplaması: (Toplam olması gereken yatak sayısı – Mevcut Yatak Sayısı = İhtiyaç olan yatak sayısı) $9.252 - 6.099 = 3.153$

Yapılan oranlama sonucu ihtiyaç olan yatak sayısı 9.252 şeklindedir, mevcutta olan yatak sayısı 6.099'dur buna göre Çanakkale ilinin 3.153 adet otel odasına ihtiyacı vardır.

Tablo 9: Türkiye Geneli ve Çanakkale İli Tesis Doluluk Oranları*

Yıllar	Türkiye Geneli Doluluk Oranları				Çanakkale İli Doluluk Oranları			
	Yerli Misafir Dol. Oranı	Yabancı Misafir Dol. Oranı	Toplam Doluluk Oranı	Ortalama Artış	Yerli Misafir Dol. Oranı	Yabancı Misafir Dol. Oranı	Toplam Doluluk Oranı	Ortalama Artış
2011	13,34	38,12	51,46	0	13,53	27,34	40,87	0
2012	13,61	40,74	54,34	0,055	13,50	26,35	39,84	-0,025
2013	14,19	38,41	52,60	-0,032	11,68	29,55	41,23	0,034
2014	12,94	38,90	51,84	-0,014	12,70	27,38	40,08	-0,027
2015	14,33	36,85	51,18	-0,012	12,56	31,62	44,18	0,102
2016	17,24	24,26	41,51	-0,188	4,85	29,59	34,43	-0,220
Genel Ortalama	14,27	36,21	50,48	-0,031	11,47	28,63	40,10	-0,022

Kaynak: Yıllık İl-İlçe Konaklama Tabloları - <http://yigm.kulturturizm.gov.tr>

*Sadece Turizm İşletme Belgeli Tesisler

Tablo 9'da Türkiye geneli tesislerin ortalama doluluk oranları ve Çanakkale tesislerinin ortalama doluluk oranlarına verilerine yer verilmiştir. Çanakkale ili verileri incelendiğinde yabancı misafir doluluk oranının en yüksek olduğu yıl 2011 yılı %13,53, en düşük olduğu yıl 2016 yılı %4,85 yerli misafir doluluk oranının en yüksek olduğu yıl 2015 %31,62, en düşük olduğu yıl %26,35 2012 yılı olarak karşımıza çıkmaktadır. 6 yıllık doluluk oranlarının ortalaması alındığında ise %40,10'luk bir doluluk olduğu görülmektedir. Ancak yabancı ve yerli misafir doluluk oranlarının artış oranı yatay analiz tekniğine tabi tutulduğunda belirtilen yıllar aralığından Türkiye turizminde en fazla artışın gözlemlendiği yıl 0,055 oranla 2012 yılı, en düşük artışın gerçekleştiği yıl ise -0,188 oranla 2016 yılı olarak ortaya

çıkılmaktadır. Benzer yöntemin kullanıldığı Çanakkale ili yabancı ve yerli misafir doluluk oranlarındaki artışın en fazla olduğu yıl 0,102 ile 2015 yılı, en düşük artışın çıktığı yıl ise -0,220 oranı ile 2016 yılıdır.

Tablo 10: Çanakkale’de Konaklayan Kişi ve Geceleme Sayıları

Yıl	Çanakkale Turizmüne Dâhil Olan Kişi ve Geceleme Sayıları						
	Yerli-Yabancı Giriş Sayısı	Artış Oranı	Yerli-Yabancı Gece. Sayısı	Artış Oranı	Çanakkale Ortalama Geceleme	Artış Oranı	Türkiye Geneli Ort. Geceleme
2011	397.066	0	542.258	0	1,37	0	3,20
2012	431.986	0,087	562.257	0,036	1,30	0,051	3,35
2013	438.964	-0,053	617.394	0,098	1,41	0,084	3,20
2014	501.521	0,142	727.898	0,178	1,45	0,028	3,18
2015	512.275	0,021	791.383	0,087	1,54	0,062	3,09
2016	373.943	-0,270	582.362	-0,264	1,56	0,012	3,05
Genel Top. Ve Ort.	2.655,755	-0,012	3.823,552	0,022	1,43	0,039	3,17

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri,2016

Tablo 10’da Çanakkale iline gelişler ve konaklama yapılan geceleme/gün sayılarına yer verilmiştir. Geceleme oranlarına bakıldığında da Çanakkale ilinde yapılan gecelerin 2 gecenin altında olduğu görülmektedir. Ortalama kalış süresi açısından en son verilen 2016 yılı değerlendirildiğinde Türkiye genelinde yabancı misafirlerin ortalama kalış süresi 5 gece yerli misafirlerin kalış süresi ise en az 2 gece olarak hesaplanmıştır (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>). En yüksek geceleme oranının alındığı yıl 1,56 geceleme ile 2016 yılı, en düşük geceleme oranının alındığı yıl ise 1,30 ile 2012 yılıdır. Konaklama yapan ve giriş yapan kişilerin yatay (karşılaştırmalı) oran analizi hesaplandığında ise giriş yapan kişi sayısı oranının en fazla artış gösterdiği yıl 0,142’lik değerle 2014 yılı, en az artış gösterdiği yıl ise -

0,270 oranı ile 2016 yılı olduğudur. Yerli-yabancı misafirlerin geceleme sayılarında artışın en fazla olduğu yıl 0,178'lik oranla 2014 yılıdır. Çanakkale'de ortalama geceleme oranının en fazla artış gösterdiği yıl ise 0,084 oranıyla 2013 yılıdır.

2016 Yılı Türkiye Geceleme Değerlendirme Raporu;

“2016 yılında işletme belgeli tesislerde toplam tesise geliş sayısı 36,9 milyondur. Bunun % 38,6'sını yabancılar, % 61,4'ünü yerliler teşkil etmektedir. Toplam geceler ise 112,5 milyon olup, bunun %58,5'ini yabancı geceler, %41,5'ini yerli geceler oluşturmaktadır.

2016 yılında tesiste ortalama kalış süresi yabancılar için yıllık ortalama 5 gece, yerliler için 2 gece. Yatak üzerinden yıllık ortalama doluluk oranı ise % 41,5'dir. Doluluk oranının en yüksek olduğu ay % 34,9 yabancı ile Ağustos ayı, % 24,6 yerli ile Ağustos ayı ve % 59,5 toplamda da Ağustos ayıdır.

Tesis cins ve sınıflarına göre yabancılar için ortalama kalış süresinin en uzun olduğu tesis türü 7,3 gece ile Tatil Köyleri ve Termal Apart Otellerdir. Bunu 5,9 gece ile Apart Oteller, 4,9 gece ile Turizm Kompleksleri izlemektedir. Yerliler için ortalama kalış süresinin en uzun olduğu tesis türü 3,7 gece ile Tatil Köyleridir. Bunu 3,4 gece ile Turizm Kompleksleri, 2,5 gece ile Yayla Evleri izlemektedir.

Yabancı doluluk oranının en yüksek olduğu tesis türü yıllık ortalama % 58,7 ile Golf Tesisleridir. Bunu % 31,5 ile Tatil Köyleri, % 30,3 ile Turizm Kompleksleri izlemektedir. Yerli doluluk oranının en yüksek olduğu tesis türü % 47,5 ile Termal Apart Otellerdir. Bunu %37,5 doluluk oranı ile Golf Tesisleri, %34,6 ile Oberjler izlemektedir.

Toplam 65,8 milyon yabancı geceleminin 22,6 milyonu (% 34,3) Almanlar, 5,7 milyonu (% 8,7) İngiltere, 3,5 milyonu (%5,3) Ukrayna tarafından gerçekleştirilmiştir.”(2016 Yılı Değerlendirmesi-<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>)

Tablo 10: Geceleme Bazında Çanakkale'nin Türkiye Turizmindeki Yeri

Yıllar	Türkiye Geneli Geceleme Sayısı	Artış Oranı (%)	Çanakkale İli Geceleme Sayısı	Artış Oranı (%)	Çanakkale İlinin Türkiye Turizmindeki Geceleme Oranı (%)
2011	106.505.481	0	542.258	0	0,005
2012	121.154.177	0,137	562.257	0,036	0,004
2013	122.685.184	0,012	617.394	0,098	0,005
2014	130.029.917	0,059	727.898	0,178	0,005
2015	133.881.306	0,029	791.383	0,087	0,005
2016	112.545.487	-0,159	582.362	-0,264	0,005

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri 2016, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr>

Tablo 10'da Türkiye geneli geceleme sayısı ve Çanakkale ili geceleme sayılarına yer verilmiştir. Türkiye geneli geceleme sayıları ve Çanakkale geceleme sayıları yatay (karşılaştırmalı) oran analizi yöntemi ile incelendiğinde Türkiye geneli geceleme oranlarında en fazla artışın 2012 yılında, en fazla düşüşün ise 2016 yılında olduğu görülmektedir. Çanakkale ilinin geceleme sayılarına göre ise yine en fazla artışın olduğu yıl 2014 yılı, en fazla düşüşün yaşandığı yıl ise Türkiye genelinde olduğu gibi 2016 yılıdır.

Tablo 11: Çanakkale Müze ve Ören Yerlerinin Ziyaretçi Verileri

Müze ve Ören Yerleri	Yıllar	Ücretli/Karlı Giriş (Kişi)	Ücretsiz/Karlı (Kişi)
Arkeoloji Müzesi	2011	4.394	3.689
Kilitbahir Kalesi	2011	15.791	16.679
Apollon Smintheion	2011	3.445	2.132
Troia Örenyeri	2011	92.484	442.670
Assos Örenyeri	2011	58.026	54.484
Alexandreia Troias	2011	0	7.330
Arkeoloji Müzesi	2012	5.616	8.181
Kilitbahir Kalesi	2012	0	0
Apollon Smintheion	2012	2.627	2.590
Troia Örenyeri	2012	72.273	411.720
Assos Örenyeri	2012	44.806	56.232
Alexandreia Troias	2012	0	7.893
Arkeoloji Müzesi	2013	4.970	7.670
Kilitbahir Kalesi	2013	0	61
Apollon Smintheion	2013	2.825	3980
Troia Örenyeri	2013	69.697	368.388
Assos Örenyeri	2013	40.092	50.519
Alexandreia Troias	2013	0	5.122
Arkeoloji Müzesi	2014	4.860	6.189
Kilitbahir Kalesi	2014	0	229

Apollon Smintheion	2014	5.484	6.623
Troia Örenyeri	2014	81.225	382.338
Assos Örenyeri	2014	42.034	46.249
Alexandreia Troias	2014	0	7.572
Arkeoloji Müzesi	2015	5.705	8.700
Kilitbahir Kalesi	2015	0	0
Apollon Smintheion	2015	7.677	4.170
Troia Örenyeri	2015	81.203	399.215
Assos Örenyeri	2015	48.455	60.976
Alexandreia Troias	2015	0	8.766
Arkeoloji Müzesi	2016	2.311	5.994
Kilitbahir Kalesi	2016	0	0
Apollon Smintheion	2016	7.276	3.605
Troia Örenyeri	2016	40.662	188.545
Assos Örenyeri	2016	44.808	67.344
Alexandreia Troias	2016	0	7.388
Genel Toplam			3.441.989

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri, 2016.

Tablo 11’de Müze ve Ören yerleri ziyaretçi verilerine yer verilmiştir. 2011-2016 yılları aralığında Çanakkale müze ve ören yerlerini ziyaret eden toplam kişi sayısı 3.441.989 olarak gerçekleşmiştir. Tabloda verilen yıllar aralığına veriler incelendiğinde en çok ziyaretçiyi Troia Örenyeri almıştır. Müze ve ören yerleri günümüz turizm sektöründe hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde gelirin sağlandığı ana ürünlerdendir.

Tablo 12: Çanakkale’de Müze ve Ören Yerlerinden Elde Edilen Gelir

Yıllar	Toplam Ziyaretçi Sayısı (Ücretli+Ücretsiz)	Artış Oranı (%)	Elde Edilen Gelir (Bilet ve Kart Satış)	Artış Oranı (%)
2011	701.124	0	2.273,142 TL	0
2012	611.938	-0,127	1.869,871 TL	-0,177
2013	553.324	-0,095	1.698,053 TL	-0,091
2014	582.803	0,053	2.419,555 TL	0,424
2015	624.867	0,072	2.681,055 TL	0,010
2016	367.933	-0,413	2.047,490 TL	-0,236
Genel Toplam	3.441.989	-0,51	10.941,676 TL	-0,07

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri, 2016.

Tablo 12’de Çanakkale’nin müze ve ören yerlerinden 2011-2016 yılları aralığında elde ettiği gelire yer verilmiştir. Veriler yıllık olarak müzelerin kişi başına uygulamış olduğu ücretler üzerinden hesaplanmıştır. Çanakkale ilinde müze ve ören yerlerinin ziyaretçilerinin en fazla olduğu yıl 2011 701.124 kişi, en düşük ziyaretçi sayısının olduğu yıl ise 367.933 kişi ile 2016 yılıdır. Elde edilen gelirden ise 2.681,055 TL ile 2015 yılı en çok gelir elde edilen yıl, en düşük gelirin elde edildiği yıl ise 1.698,053 TL ile 2013 yılıdır. Yatay (Karşılaştırmalı) tablolar analizine tabi tutulduğunda ziyaretçi sayısında en fazla artışın 0,072’lik oranla 2015 yılı, gelirlerde en fazla artışın olduğu yıl ise 0,424’lük oranla 2014 yılı olduğu görülebilir. Hem ziyaretçi sayısındaki artış oranında, hem de gelirlerdeki artış oranında en fazla düşüşün yaşandığı yıl 2016 yılıdır.

Tabloda yer alan elde edilen gelirlere dâhil olan müzelerde kişi başı ücret uygulaması şu şekildedir;

*2011 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Kilitbahir kalesi 3.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 15.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 5.00 TL olarak hesaplanmıştır.

*2012 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Kilitbahir kalesi 3.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 15.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 5.00 TL olarak hesaplanmıştır.

*2013 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Kilitbahir kalesi 3.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 15.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 5.00 TL olarak hesaplanmıştır.

*2014 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Kilitbahir kalesi 3.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 20.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 10.00 TL olarak hesaplanmıştır.

*2015 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Kilitbahir kalesi 3.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 20.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 10.00 TL olarak hesaplanmıştır.

*2016 yılı için Arkeoloji müzesi kişi başı 5.00 TL, Apollon Smithheion kişi başı 5.00 TL, Troia örenyeri kişi başı 25.00 TL, Assos örenyeri kişi başı 10.00 TL olarak hesaplanmıştır.

5 yılı kapsayan kişi başı müze ve ören yeri ücretleri incelendiğinde sadece Troia ören yeri ve Assos ören yeri giriş fiyatlarında artış yapıldığı görülmektedir. Troia kişi başı giriş ücreti 2011-2012-2013 yılları için 15.00 TL olarak, 2014-2015 yılları için 20.00 TL olarak, en son 2016 yılı içinse 25.00 TL olarak uygulanmıştır. Assos kişi başı giriş ücreti ise 2011-2012-2013 yıllarında 5.00 TL olarak, 2014-2015-2016 yıllarında ise 10.00 TL olarak uygulanmıştır.

Tablo 13: Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi Ziyaretçi ve Gelir-Gider Verileri

Yıl	Simülasyon Merkezi Ziyaretçi Sayısı	Elde Edilen Gelir Toplamı	Yıllık Gider Toplamı
2011	*	*	*
2012	97.200	553.545,01 TL	3.885.792,03 TL
2013	161.977	829.153,00 TL	
2014	148.076	737.494,50 TL	1.353.752,14 TL
2015	222.209	1.058.980,00 TL	2.771.775,83 TL
2016	290.480	900.179,24 TL	3.045.341,44 TL
Toplam	919.772	4.079.351,75 TL	11.056.661,44 TL

Kaynak: <http://catab.kulturturizm.gov.tr>

Tablo 12 ve 13’de Çanakkale’nin önemli turizm ürünlerinden sağladığı gelir ve gidere yer verilmiştir. 2011-2016 yılları aralığında Çanakkale turizminde müze, ören yeri ve milli parklardan toplam elde edilen gelir 15.023.027,75 TL olmuştur (10.941,676 + 4.079.351,75). Elde edilen gelirin yanı sıra birde sadece Çanakkale destanı tanıtım merkezi üzerinden hesaplanan yıllık gider miktarı vardır. Gelir ve gider şeklinde hesaplandığında bahsi geçen alanların geriye kalan elde edilen gelir miktarı 3.966.366,31 TL (15.023.027,75 TL – 11.056.661,44 TL) olarak çıkmaktadır. Ancak daha net bir sonuca varmak ve yorumlamak için tüm turizm paydaşlarını içine alan özel sektör (konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve turizm sektörü diğer paydaşları) ve diğer kurum/kuruluş gelir-giderlerine ulaşıp dâhil edilirse şehrin elde etmiş olduğu turizm gelirleri daha iyi saptanabilir.

Tablo 14: Çanakkale İli Etkinleri Katılımcı Sayısı (Sadece 2016 Yılı)

Etkinlikler	Katılımcı (Kişi – Tahmini)
9 Ocak Töreni	400
Bir Efsane Çanakkale Gösterisi	1.300
Deniz Zaferi'nin 101. Yıl Törenleri	1.500
Kosova'nın Prizren Kentinde "18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Çanakkale Deniz Zaferi'nin 101.	200
Türk Yıldızları Söyleşi ve İmza Günü	600
Çanakkale Savaşları Film Gösterimi	150
"Bir İnce Sızı Nisan 1915" Tiyatro	500
'57. Alay" Tiyatro Gösterisi	460
"Savaşın 100. Yılında Çanakkale'de Barış" Beste Yarışması	250
Çanakkale Savaşı'nın 101. Yılında Gelibolu'ya Yolculuk - Belgesel Gösterimi ve Fotoğraf Sergisi	1.000
18 Mart 2016 Çanakkale Şehitleri ve Deniz Zaferi Resmi Törenlerinin 101. Yılında Şehit Yakınları Çanakkale	111
Çanakkale Savaşında Şehitleri Bulunan Okulların Buluşması	100
24 Nisan Çanakkale Kara Muharebelerinin 101. Yılı Anma	2.000
Çanakkale Semalarının da Solo Türk	2.000
Çanakkale Şehitleri Hüsnü Hat Sergisi	5.000

Anafartalar Zaferi'nin 101'inci Yıl Dönümü Conkbayırı Töreni ve	7.500
Kalp Nakli Bekleyen Çocuklardan Çanakkale Şehitlerine Mektup	150
Aydın İli Engelliler Sosyal Dayanışma Derneği Tarihi Alan Ziyareti	100
I.Ulusrarası Çanakkale Buluşması Balkanlardan 101.Yılda 101 Şehit ve Gaziye Ahde Vefa Programı	110
Engelliler Engel Tanımadı Programı	110
Gelibolu Maratonu	5.000
3 Kasım İlk Şehitleri Anma Töreni	300
1 Aralık Seyit Onbaşı Anma Programı	500
Balkan Türkleri Tarihi (Alanda)	20
2016 Yılı Genel Toplamı	29.251

Kaynak: Uyarlandı <http://catab.kulturturizm.gov.tr>

Tablo 14'te Çanakkale'de gerçekleştirilen etkinliklere katılan tahmini kişi sayılarına yer verilmiştir. Çanakkale zaman içerisinde farklı savaflara sahne olmuştur ve bu savaflardan geri kalan tüm hazineleri bağrında taşıyan bir yerdir. Ancak yukarıda yer alan etkinlikler tablosu incelediğinde tahmini alının katılımcı sayısının ili ziyaret eden kişi sayısına oranla düşük kaldığı görülür. Yapılan görüşmeler neticesinde etkinliklerle ilgili katılımcı sayısının 2016 yılını da tutulmaya başlandığı bilgisi verilmiştir bundan dolayı da veriler sadece 2016 yılını kapsamaktadır ve bir yıl boyunca yapılan etkinliklere toplamda 29.251 kişi katılmıştır.

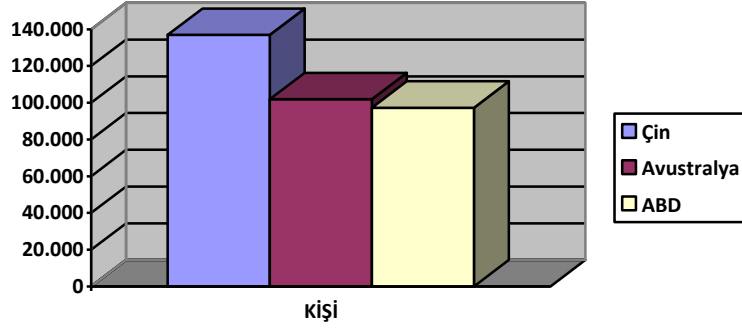
Tablo 15: Çanakkale’yi Ziyaret Eden Misafirlerin Milliyetlere Göre Dağılımı

YIL	ABD	Almanya	Avustralya	İngiltere	Fransa	Rusya
2011	19.047	7.299	17.638	5.488	4.136	602
2012	19.975	6.474	20.173	7.139	2.475	230
2013	21.673	6.449	18.699	6.538	1.922	291
2014	19.973	5.985	18.267	6.325	2.736	524
2015	13.615	6.179	21.541	4.697	1.333	1.142
2016	3.000	2.361	5.534	994	486	263
Toplam	97.283	34.747	101.852	31.181	13.088	3.052
YIL	Yunanistan	Çin	Japonya	Romanya	İspanya	İtalya
2011	6.409	7.578	8.647	10.098	3.466	5.036
2012	3.841	12.160	14.938	5.585	3.779	5.572
2013	3.407	14.108	8.842	6.114	6.194	3.648
2014	5.719	30.952	9.939	7.810	4.837	4.994
2015	3.961	55.373	4.946	7.192	2.878	1.700
2016	1.274	16.762	587	3.898	581	382
Genel Top.	24.611	136.933	47.899	40.697	21.735	21.332

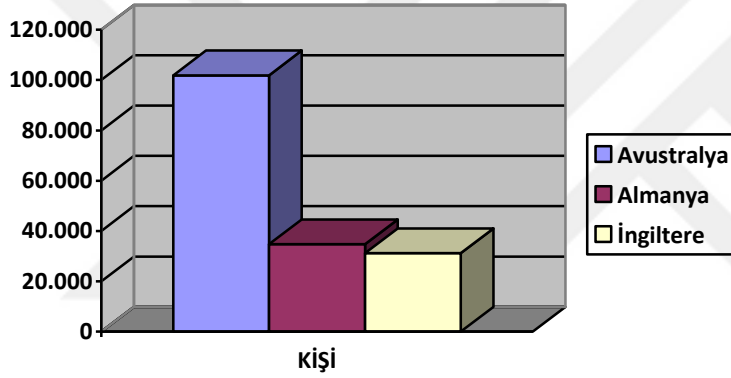
Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri

Tablo 15’te Milliyetlerine göre Çanakkale ziyaretçileri ve sayılarına yer verilmiştir. Ziyaretçi kabul edilen ülkeler tabloda verilen sayıdan daha fazla ancak tabloda yer verilen milliyetler Çanakkale’yi en çok ziyaret eden ve savaşa katılmış olanlar olarak alınmıştır. Tablo 15 ile bağlantılı olarak en fazla ziyaretçi kabul edilen üç ülke ile savaşa katılmış olan ittifak ve itilaf bloğundan ülkeler içerisinde en fazla ziyaretçi sayısına sahip olan üç ülkenin grafiksel şekillerine yer verilmiştir.

Şekil 1: Çanakkale’yi 2011-2016 Yıllarında En Fazla Ziyaret Eden Üç Ülke



Şekil 2: Çanakkale Savaşına Katılan Ülkelerden En Fazla Ziyaret Eden Üç Ülke



En çok ziyaretçi alınan ülke 136.933 kişiyle Çin en düşük ziyaretçi alınan ülke ise 3.052 kişiyle Rusya’dır. Savaşa katılım sağlayan ülkeler arasında en çok ziyaretçi alınan ülke Avustralya’dır 2011-2016 yılları aralığında Avustralya’dan Çanakkale’ye 101.852 kişi gelmiştir. Savaşa katılan ülkeler arasında yine en düşük ziyaretçi sayısı Rusya’nındır. Bölgeyi sadece Anzaklar açısından düşündüğümüz de çok daha fazla ziyaretçinin katılımı beklenir çünkü Çanakkale cephesinde itilaf kuvvetlerinin bizlere karşı savaştırdığı askerler Avusturya askerleridir. Avusturya’nın kıtalar arası geride bıraktığı amaçları uğruna canlarını veren bedenler bugün de değerlerini olduğu gibi korumakta kuşaktan kuşağa geçen atalara sahip çıkma ve saygı anlayışıyla yapılan ziyaretlerde de oldukça etkili olmaktadır.

Özellikle Avustralya'dan gelen ziyaretçilerin önemi iki ülke açısından çok değerlidir ki 2015 yılın da belirli bölgelerden Türkiye'ye direk uçuş talebi de olmuştur. Avustralya'dan artan ziyaretçi sayısına istinaden direk uçuş talebi 2015 yılında yapılan bir haberde şöyle özetlemiştir *'Avustralya'nın Victoria Eyaleti Ortadoğu, Afrika ve Türkiye'den Sorumlu Hükümet Temsilcisi John Buttler'in geçtiğimiz günlerde yapmış olduğu açıklamaya göre, Avustralya hükümetinin 25 Nisan için Türkiye'ye direk uçuş talebinde bulunması da bu artışı açıklıyor. Diğer yandan, 2015'in Türkiye'de Avustralya, Avustralya'da ise Türkiye yılı seçilmesinin bu iki ülke arasındaki ilişkilerin daha da ilerlemesi için bir fırsat yaratacağının göstergesi'* (<http://www.milliyet.com.tr>).

Tablo 16: Çanakkale İlinin Türkiye Turizmindeki Genel Payı

Yıllar	Türkiye'yi Ziyaret Eden Kişi Sayısı Toplam	Artış Oranı (%)	Çanakkale'yi Ziyaret Eden Kişi Sayısı Toplam	Artış Oranı (%)	Çanakkale'nin Türkiye Turizmindeki Payı Ortalama (%)
2011	36.151.258	0	397.066	0	0,0109
2012	36.463.921	0,008	431.986	0,087	0,0118
2013	39.226.226	0,007	438.964	0,016	0,0111
2014	41.415.070	0,005	501.521	0,142	0,0121
2015	41.617.530	0,004	512.275	0,039	0,0123
2016	31.365.330	-0,246	373.943	-0,265	0,0119

Kaynak: www.tursab.org.tr, Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yıllık Verileri

Tablo 16'da yer alan karşılaştırmalı rakamlar ve oranlamaya bakıldığında da her yıl milyonlarca turiste çekici gelen Türkiye'nin turizm değerleri arasında Çanakkale'nin düşük rakamlarda ziyaretçiye ev sahipliği yaptığı gözlemlenir. Bütün değerleri incelendiğinde Çanakkale ilinin sahip olduğu turizm ürünleri ve alanlarıyla Türk turizm pastasından yeterince yararlanamamaktadır. Mevcut şartlar dâhilinde inişli çıkışlı zamanlar yaşayan Türkiye turizminin içerisine dâhil etmesi gereken alanlardan biri olan Çanakkale ili hüzün turizmi alanında Dünya'da az rastlanan

örneklerdendir. Yer altında, yer üstünde hatta denizinin altında barındırdığı değerler bir devletin yıkılışına şahitlik etmesinin yanı sıra yeni bir devletin kuruluşuna da şahitlik etmektedir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm ilk başlarda zengin topluluğa hizmet veren ve alım gücü gerektiren lüks bir tüketimken zaman içerisinde orta düzey gelire sahip işçi sınıfının da yararlandığı bir alana dönüşmüştür. Her kesimden insanın kolaylıkla ulaştığı bir tüketim aracı haline gelen turizm, günümüz de deniz-kum-güneşin yer aldığı kıyı şeridi turizmi anlayışından çok daha fazlasını sunar hale gelmiştir. Yaşanan değişimle birlikte ülkeler de daha etkin bir turizm için kolları sıvamış ve ürünlerini farklılaştırma yoluna gitmiştir. Son zamanlarda ülkeler turizmin önemini daha iyi şekilde anlamış ve sundukları turizm ürünlerini çeşitlendirerek hızla pazara kazandırıp pastadan daha büyük bir dilim alma yarışına girmişlerdir.

Türkiye, toprakları hem Avrupa kıtasında hem de Asya kıtasında yer alan geçiş yolu görevi gören 3 tarafı denizlerle çevrili bir ada parçasıdır. Bulunduğu konumun önemine binaen tarih sahnesin de sahiplenme üzerine birçok savaşa sahne olmuştur. Türkiye toprakları üzerinde yaşanan en önemli savaşlardan bir tanesi de Türk halkının kaderini belirleme de önemli rol üstlenen Çanakkale Savaşlarıdır. I. Dünya savaşına Alman gemilerinin Türk kara sularına girmesiyle İttifak kuvvetleri çatısı altında savaşa dâhil olan Türkiye Çanakkale Cephesinde adeta destan yazmıştır. Türkiye savaşı kaybeden tarafta yer aldığı için savaşı kaybetmiş olarak anılsa da I. Dünya Savaşı'nın Çanakkale cephesi dillerden düşmeyen eşi benzeri olmayan bir varoluş mücadelesine sahne olmuştur.

I.Dünya savaşının en önemli ayağı olan Çanakkale Cephesi Savaşları geriye bağımsız bir millet yeni bir devlet bırakmasının yanı sıra bırakmış olduğu savaş mirasıyla da önem arz etmektedir. Dünyada eşi benzeri olmayan bir mirasın yattığı Çanakkale İli ve Savaş alanları hüznün (dark) turizmi alanının en iyi örneklerindedir. İnsanlar bugün olduğu gibi geçmişte de, eskiye ait olana ve geçmişine merak duymuştur. Sağlık konusunun yanı sıra insanları seyahat etmeye iten en önemli etkenler arasında yer alan geçmişi öğrenme arzusu insanları seyahat etmeye iten en

önemli faktörlerdendir. Eski dönemlerde seyahat etmek isteyen kişiler için var olan birçok engel günümüz ulaşımın da geline noktayla son bulmuştur. Özellikle I. Dünya savaşından sonra gelişim gösteren ulaşım konusu insanların bu anlamda en önemli sorunu olan mesafe konusuna köklü çözüm getirmiştir. Savaşta kullanılan hava araçları savaş sonrası gündelik yaşama dâhil edilmesiyle birlikte mesafe kavramı büyük bir ölçüde sorun olmaktan çıkmıştır.

Çanakkale ili jeopolitik konum olarak Türkiye'nin Marmara ve Karadeniz'e açılan kapısıdır. Eski dönemler de Hellespontos ve Dardanel olarak adlandırılan Çanakkale önemli bir geçiş noktası üzerinde bulunduğundan yıllar boyu savaşlara sahne olmuştur. Çanakkale'nin tam olarak ne zaman yerleşim aldığı belli olmasa da kuruluşunun Troia kentinin kuruluşuna kadar gittiği ifade edilmektedir. Geçmişte oldukça eskiye dayanan bölge elbette sadece Çanakkale Savaşlarının Mirasını değil birçok farklı değeri de içerisinde barındırır. İçerisinde yer alan birbirinden farklı değerlerle Çanakkale ilini turizme kazandırmak Türkiye turizmi açısından faydalı olacaktır. Türkiye turizmi hem ziyaretçi sayısını hem de gelirlerini Çanakkale ve değerlerini kullanarak artırabilir.

Türkiye turizmi tüm hatlarıyla ele alındığında da turizmin Akdeniz ve Ege kıyılarında yoğunlukla gerçekleştiği görülmektedir. Her yıl yayınlanan turizm istatistikleri incelendiğinde de ülkelerin kabul ettiği misafir sayısı bandında Türkiye üst sıralar da yer alırken elde edilen gelir sıralamasında da durum farklılaşmaktadır. Türkiye turizm konusunda kabul edilebilir bir noktadadır. Türkiye ekonomik anlamda gelişmekte olan ülkeler sınıflamasında da yer almaktadır. Turizm bölgesel olarak değişiklik gösteren ve yeni ürünlerin dâhil edilebildiği şeffaf bir alandır. Detaylara bakıldığında da yukarıda da bahsedildiği üzere en yoğun turizm girdisi elde ettiğimiz bölgeler Akdeniz ve Ege kıyılarımızdır. Ancak Türkiye turizminde değerlendirilecek alternatif bölgelerimizde vardır, bunlardan biriside Çanakkale ili ve savaş alanlarıdır.

Çanakkale İli ve savaş alanlarının turizmde etkin rol oynaması için getirilen öneriler aşağıda sıralanmıştır;

-Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediyeler, Diğer kuruluşlar, Turizm Sektörü Paydaşları, Üniversite/Üniversiteler ve alan uzmanları bir araya getirilerek mevcut turizmi geliştirme konusunda bir kurul oluşturulabilir.

-Çanakkale'nin turizm gelişiminde önceki raporlamalarda yer alan Çanakkale ili turizm konusu ve içeriği, alan uzmanları tarafından günümüz şartlarına göre güncellenebilir.

-Turizm alanı uzmanlarının bölgesel olarak çalışmaları ışığında Çanakkale ili bölgelerine özgü turizm sınıflaması yapılarak mevcut turizm çeşitliliği artırılabilir.

-Çanakkale'nin hüzün turizmi bağlamında pazarlanması ve Türkiye turizminde hüzün turizmi ürünü olarak etkin yer alması hususunda stratejiler geliştirilebilir.

- Yurt dışından gelen ziyaretçi sayısının artırılması için öncelikli seçilmiş bölgelerden (Avusturya, İngiltere, Almanya, Fransa, Rusya ve savaşa dâhil olan diğer ülkeler) devamın da ise yine hüzün turizmi türüne ilgi duyan diğer bölgelerden konusunda uzman kişiler ve büyük tur operatörleri devlet tarafından düzenlenecek programlarla Çanakkale'de bir araya getirilerek yerinde tanıtım çalışmaları gerçekleştirilebilir.

-Ülke içi ziyaretçi sayısının artırılması için ülkenin önde gelen turizm firmaları ve Çanakkale turizmine özgü tüm kuruluşların dâhil olduğu tanıtım programları düzenlenebilir.

-Türkiye her yıl farklı bölgelerde düzenlenen turizm fuarlarına katılmaktadır. Hem yurt içi hem de yurt dışı turizm fuarlarında Çanakkale ili ziyaretçi sayısının

artırılması için Çanakkale ilinin savaş alanlarının hüzün turizmi kapsamında tanıtımı gerçekleştirilebilir.

-Hem yurt içi hem de yurt dışında daha fazla ziyaretçi sayısını ulaşımak için Çanakkale'yi tanıtıcı çalışmalara (reklam, tanıtım filmi, tanıtım çadırları/standları vb.) daha fazla yer verilebilir.

-Ulaşım turizm konusunun önemli kavramlarından Çanakkale'ye hem ülke içi hem de ülke dışından gelişlerin kolaylaştırılması için ulaşım alanında kolaylıklar sağlanabilir (direk uçuş sayılarının artırılması vb.).

-Çanakkale ilinin turizm alanında ihtiyacı olan eksikliklerinin tespiti yapılarak (ihtiyacı olan oda sayısı, yatak sayısı vb.), eksikliklerin giderilmesi konusunda çalışmalar yapılabilir.

Sonuç olarak yapılan bu araştırmada Çanakkale ilini hüzün turizmi alanı olarak önemi ve Türkiye turizmine neden kazandırılması gerekliliği üzerinde vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Yapılan bu araştırmanın yapılacak diğer araştırmalara temel olacağı, geliştirilerek üzerine öneriler getirilebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

AK, D. ve ÖZGÖKÇELER, S. (2013), Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 31 (Güz), ss.49-73

AKAT, Ö. (2008), Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği (4. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım

AKOVA, İ. (1995), Akarsu Turizmi, Türk Coğrafya Dergisi, Sayı 30, ss.393-407

ALİAĞAOĞLU, A. (2008), Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Milli Folklor Yıl Sayı 78, ss.88-104

ALTUNBAŞ, A. ve ÖZDEMİR, Ç. (2012), Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu

ARSLAN, A. (2015), Çanakkale Muharebeleri (İstanbul – 100. Yılında Çanakkale), Eğitim ve Kültür Dergisi, Mart – Sayı 10, ss.12-15

ARSLAN, K. (2008), Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkânları, İstanbul: İTO Yayınları

ASPINALL-OGLANDER, C. F. (2005), Büyük Harbin Tarihi Çanakkale Gelibolu Askeri Harekâtı (Yayına Haz. Metin Martı 1. Cilt), İstanbul: Arma Yayınları 53

ATAY, L. ve YEŞİLDAĞ, B. (2010), Savaş Alanları ve Turizmi, Aksaray Üniversitesi İBBF Dergisi Cilt 2, Sayı 2, ss.65-72

ATASE (2012), Birinci Dünya Savaş’ında Çanakkale Cephesi Haziran 1914-25 Nisan 1915 (Muharrem Saral-Alpaslan Orhon-Şükrü Erkal- Güncelleyen: Hülya Toker), I. Kitap, Cilt V., Ankara: Askeri Tarih ve Stratejik Etüt (ATASE) Daire Başkanlığı

ATASE (2012), Birinci Dünya Savaş'ında Çanakkale Cephesi Amfibi Harekatı(Remzi Yiğitgüden-Muhterem Saral-Reşat Hallı Güncelleyen: Özlem Demireğen), II. Kitap, Cilt V., Ankara: Askeri Tarih ve Stratejik Etüt (ATASE) Daire Başkanlığı

ATASE (2012), Birinci Dünya Savaş'ında Çanakkale Cephesi 4 Haziran 1915-9 Ocak 1916 (İrfan Tekşüt-Necati Ökse Güncelleyen: Betül Sayın), III. Kitap, Cilt V., Ankara: Askeri Tarih ve Stratejik Etüt (ATASE) Daire Başkanlığı

AVCIKURT, C., KÖROĞLU, A. ve SARIOĞLAN, M. (2013), Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri-Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim (Edit. Şenol Çavuş-Zehra Ege-O. Eralp Çolakoğlu 2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

BAHAR, O. (2006), Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerinde Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 13, Sayı 2, ss.137-150

BARUTÇUGİL, İ. S. (1986), Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım Yayın No:84 Ekonomi Dizisi:8

BAŞOL K. (2012), Türkiye Ekonomisi (11. Baskı), İstanbul: Türkmen Kitabevi

BAYRAK, M. O. (2005), Çanakkale Savaşları, İstanbul: Bir Harf Yayınları 15

BİRDİR, K. DALGIÇ, A. GÜLER, O. ve KAYAALP, Y. (2015). Hüzün Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkını Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Deneyimleri, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3 / 4, ss.12-23.

BOZ, C. (2006), Dünya'da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

BOZ, M. (2004). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul

BOZ, M. (2017). Spor Genel Müdürlüğü'nün Son 10 Yıllık Bütçe Gelir-Gider Uygulama Sonuçlarının Tablolarının Oran Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

BOZKUR, A. (2012), Gelibolu Yarımadası'nda İtilaf Blokuna Ait Harp Mezarlıklarının İnşası Ve Statüsü, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, vol.XXVI, ss.57-101

BUCAK, T. (2013), Çanakkale Kent Destinasyonu Raporu, Çanakkale Turizm Çalıştay 30 Nisan 2013, Ankara: Detay Yayıncılık (Basım yılı 2016)

BUDAK, F. (2000), Türk Turizminin Gelişimi Ekonomiye Katkıları ve Sorunları, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilim Uzmanlığı Tezi, Malatya

BURSALI, M. N. (2017), Büyük Harpte Çanakkale Seferi (Yayına Hazırlayan: Murat Karataş - Çeviri: Elif Berfin), İstanbul: Elma Basım Yayın

ÇİMAT, A. ve BAHAR, O. (2013), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı 6, ss.1-18

ALİĞAOĞLU, A. (2004), Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Coğrafi Bilimler Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, ss.50-64

ÇOKIŞLER, N., ARSLAN, A. ve ÇOKIŞLER, E. (2016), Silahlı Çatışmaların Somut Kültürel Miras Üzerindeki Etkilerinin Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 24, ss.15-25

ÇORUH, S. (1969), Genel Turizm Bilgisi, Ankara: Güven Matbaası

ÇUHADAR, M. (2015), Çanakkale İli Turizm Talebinin Analizi, Modellenmesi ve Tahminlenmesi, 16. Turizm Kongresi Bildirileri, 12-15 Kasım 2015 Çanakkale, Ankara: Detay Yayıncılık

DİNÇER, M. Z., DİNÇER İSTANBULLU, F. ve GÜNGÖR, A. (2005), Çanakkale İlinin Ekonomik Gelişmesinde Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi, Çanakkale İlinin Ekonomik Gelişmesi Seminer-Açış-Tebliğ-Panel Çanakkale, İstanbul: İktisadi Araştırmalar Vakfı, ss.79-126

DOĞANER, S. (1994), Çanakkale Boğazı Kıyılarının Coğrafyası, Türk Coğrafya Dergisi (Sayı 29'dan Ayrı Basım), İstanbul: Türk Coğrafya Kurumu, ss.125-159

DOĞANER, S. (2006), Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları, Türk Coğrafya Dergisi, Sayı:46, İstanbul: Türk Coğrafya Kurumu, ss.1-21

EMEKLİ, G. (2005), Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm, Ege Coğrafya Dergisi, Cilt 14, ss.100-107

ERALP, Z. (1983), Genel Turizm, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları:3

EREN, R. (1994), Çanakkale İlinin Tarih İçindeki Gelişimi ve Folklor İncelemeleri, Çanakkale: İstanbul Ofset

GLAESSER, D. (2005), Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi (Çevirmen: A. Bahadır Ahıska), İstanbul: Set-Systems Tercümanlık ve Yayıncılık Tic. Ltd. Şti.

GÖK, B. (2014). Çanakkale Deniz ve Kara Savaşları: Sebepleri, Gelişimi ve Sonuçları. Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt 1, Sayı 2, ss.117-145

GÜLÜM, K. ve BOZ, M. (2014), The Opinions of Residents Towards Economic, Socio-Cultural and Educational Impacts of Tourism in Çanakkale, Route Educational and Social Science Journal, Volume 1(2), July, pp.1-10

GÜMÜŞ, U.T. ve BOLEL, N. (2017), Rasyo Analizleri İle Finansal Performansın Ölçülmesi: Borsa İstanbul'da Faaliyet Gösteren Havayolu Şirketleri'nde Bir Uygulama, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, ss.87-96

GÜNEY MARMARA KALKINMA AJANSI (2012), Çanakkale'de Turizmin Dünü, Bugünü ve Geleceği – Çanakkale Turizm Çalıştayı Raporu 11 Nisan 2011 (Güncellenmiş Versiyon Ağustos 2012), Çanakkale

GÜZEL, A. (2015), Yaşayanların ve Savaş Meydanlarını Görenlerin Kaleminden Çanakkale, Ankara: Sata Basın Yayın (Keçiören Belediyesi)

HALL, J. ve BASARIN, J. (2009), Battlefield Tourism in Turkey: Motives For Attendance at Anzac Day Commemoration in Turkey, Australia.

HATİP, M. S. (2015), Birinci Dünya Harbi Çanakkale Savaşları'na Genel Bakış ve Az Bilinenler Çanakkale Savaşı Denizde mi Kazandı?, Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı, Sayı 18, ss.161-193

HARMAN, S. ve AKGÜNDÜZ, Y. (2014), Efes Ören Yeri Ziyaretçilerinin Müze Deneyimi Beklentilerini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 16, Sayı 2, ss. 113-133

ILGAR, R. (2015), Mabetleşen Bir Mekan: Gelibolu Yarımadası Tarihi Savaş Alanları Turizmi, Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı, Yıl 13, Sayı 19, ss.1-20

İÇÖZ, O. (2007), Turizm ve Ekonomi (Genel Turizm – Editör Orhan İçöz Birinci Basım), Ankara: Turhan Kitabevi

İNCEKARA, A. (2005), Çanakkale Ekonomisinin Gelişiminde Sanayi ve Ticaretin Yeri-Önemi, Çanakkale İlinin Ekonomik Gelişmesi Seminer-Açış-Tebliğ-Panel Çanakkale, İstanbul: İktisadi Araştırmalar Vakfı, ss.57-78

KARABIYIK, A. (2007). Çağdaş Sanat Müzeciliği Kapsamında Türkiye'deki Müzecilik Hareketlerine Bir Bakış, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisan Tezi, Erzurum

KARAL, E. Z. (1999), Osmanlı Tarihi IX. Cilt İkinci Meşrutiyet ve Birinci Dünya Savaşı 1908 -1918 (2. Baskı), Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarihi Kurumu Yayınları XIII. Dizi - Sayı16

KAYA, O. (2006) Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale

KAYNAK, H. İ. ve SEZGİN, M. (2008), İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi Cilt 10, Sayı 1-2 (2008), ss.349-361

KELKİT, A. (2003), Çanakkale İli Turizm Potansiyeli ve Çeşitlendirmesi, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 17 Sayı 31, ss.18-23

KIZILGÖL, Ö. ve ERBAYKAL, E.(2008), Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 13, Sayı 2, ss.351-360

KIZILIRMAK, İ., ALRAWADIEH, Z., KÜÇÜKALİ, S. ve ATSIZ, O. (2015), Çanakkale'de Düzenlenen Anzak Tur Programlarına Yönelik Bir İçerik Analizi, 16. Turizm Kongresi Bildirileri, 12-15 Kasım 2015 Çanakkale, Ankara: Detay Yayıncılık

KOZAK AKOĞLAN, M., ve BAHÇE, A. S. (2012), Özel İlgi Turizmi (2.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

KOZAK AKOĞLAN, M. ve KAMA, S. (2016), Dark (Hüzün) Turizmi Mekânı Olarak Çanakkale VIII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi 29-30 Nisan 2016, Nevşehir

KOZAK, N. ve BAHAR, O. (2012), Turizm ve Rekabet (1.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

KOZAK, N. KOZAK AKOĞLAN, M. ve KOZAK, M. (2014), Genel Turizm İlkeler – Kavramlar (15.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

KOZAK, N. (2012), Genel Turizm Bilgisi (Editör: Meryem Akoğlan Kozak), Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472/Açık Öğretim Fakültesi Yayın No:1443

KUŞADASI TİCARET ODASI (2012), Kuşadası Turizm Analiz Raporu 2012, Kuşadası: Kuşadası Ticaret Odası

KUŞLUVAN, Z. ve EREN, D. (2013), Türkiye’de Konaklama Sektörünün Gelişimi-Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim (Edit. Şenol Çavuş-Zehra Ege-O. Eralp Çolakoğlu 2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

MEDLİK, S (1972), Profilo of Hotel and Catering İndustry (Ed. Willliam Haineman), London: Butterworth-Heinemann Ltd

MULHMAN, C. (2003), Çanakkale Savaşı Bir Alman Subayının Notları, İstanbul: Timaş Yayın Evi

NICKERSON, P. N. (1996), Foundations of Tourism (1. Published), Usa:Prentice-Hall Inc.

OKTAYER, N., SUSAM, N., ve ÇAK, M. (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İstanbul: İTO Yayınları

OLALI, H. ve KORZAY, M. (1989), Otel İşletmeciliği, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını

OLALI, H., NAZİLLİ, S. S., KIRCIOĞLU, E.N. ve SÜMER, M. (1983), Dış Tanıtım ve Turizm, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Genel Yayın No:253-Ekonomi Dizisi:18

OLALI, H. ve TİMUR, A. (1985), Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık

OLALI, H (1990), Turizm Politikası ve Planlaması, Yayın No:228, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını

OVALI, P. (2007), Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması, YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi Cilt 2, Sayı 2, ss.64-79

ÖZDEMİR, A. H. ve ALTIPARMAK, A. (2005), Sosyo-Ekonomik Göstergeler Açısından İllerin Gelişmişlik Düzeyinin Karşılaştırmalı Analizi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 24, ss.97-110

ÖZER UCA, S., ERSOY KAYAALP, G. ve TÜZÜNKAN, D. (2012), Dark Tourism In Gallipoli: Forecast Analysis to Determine Potential of Australian Visitors. Procedia Social and Behavioral Sciences (Volume 41), pp.386-393

ÖZTAŞ, K. ve KARABULUT, T. (2006), Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri (2.Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

ÖZTİN, A. (2002), Mali Tablolar Analizi (10.Baskı), İstanbul: Arayış Basım ve Yayıncılık

SANDER, O. (2000), Siyasi Tarih (8.Baskı), Ankara: İmge Kitabevi

SARIÇELİK, K. (2007), Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı Devletinin itilaf Devletleri'ne Karşı Anadolu'nun Akdeniz Kıyılarında Aldığı Bazı Tedbirler, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı 21, ss.173-189

SEZER, S.M. (2010), Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara

SEZGİN, M. O. (2001). Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı (2.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

SÖNMEZ, B. (2012), Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri Türkiye Ekonomisine Etkileri, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Denizli

SÖZEN ÖZTÜRK, M. (2007), 1982 Sonrasında Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri, Sosyoekonomi Temmuz-Aralık 2018, ss.63-88

SUBAŞI, B. (2004), Yayla Turizmi Sektör Profili, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi-İTO Yayınları

ŞAHİN, G., BOĞA, D. ve AKOVA, O. (2016), Dark Turizm ve Etik İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, 3rd International Congress Of Tourism And Management Researches, 20-22 Mayıs 2016, Antalya

ŞAHİNER, T. (2012), İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman

T.C. ÇANAKKALE VALİLİĞİ İLÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ (2006-2007), Çanakkale İli Çevre Durum Raporu, Çanakkale: Çanakkale Valiliği

T.C. ÇANAKKALE İL KÜLTÜR TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ (2016), Çanakkale İlindeki İşletme Belgeli Oteller Raporu, Çanakkale: İl Kültür Turizm Müdürlüğü

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023 – Eylem Planı 2007-2013, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı

T.C. MİLLİ MÜDAFA VEKÂLETİ (1957), 1915’de Çanakkale’de Türk, Ankara: Erkânıharbiye Dairesi Başkanlığı Deniz Basım Evi.

TEKELİ, H. (2001), Turizm Pazarlaması ve Planlaması (1. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

TOSKAY, T. (1989), Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım (3.Basım), İstanbul: Der Yayınları

TUNCEL, M. (1995), Çanakkale (Marmara Bölgesinde Şehir ve Bu Şehrin Merkez Olduğu İl), TDV İslam Ansiklopedisi: Cilve-Darünnedve, Cilt 8, 197-199

TUNÇ, A. ve SAÇ, F. (1998), Genel Turizm Gelişimi Geleceği, Ankara: Detay Yayınevi

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2013), Seçilmiş Göstergelerle Çanakkale 2013, Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası

ÜLMAN, H. A. (1973), Birinci Dünya Savaşına Giden Yol ve Savaş, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları Sayı 7-No:355

ÜNLÜÖNEN, K. ve TAYFUN, A. (2013), Türkiye’de Konaklama Sektörünün Gelişimi-Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim (Edit. Şenol Çavuş-Zehra Ege-O. Eralp Çolakoğlu 2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık

ÜNLÜÖNEN, K., TAYFUN, A. ve KILIÇLAR, A. (2014), Turizm Ekonomisi (3.Basım). Ankara: Nobel Yayınevi Seri No:16

YAKUT, İ. (2014), Yorumlayıcı Paradigma Yaklaşımı Kavramlarıyla Sinema Sanatı Üretimine Bakış, ULAKBİLGE, Cilt 2, Sayı 4, ss.15-29.

YASDIMAN, Ş. H. (1993), Dünkü Düşmanlık Bugünkü Dostluk Kaynağı: Çanakkale Savaşları, Diyanet İlmî Dergi, Cilt 29, Sayı:4, ss.109-120

YAŞAR, O. (2001), Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı (Barış Parkı) Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Türk Coğrafya Dergisi, sayı:36, ss.171-201

YEŞİLDAĞ, B. (2010), Savaş Alanları Turizmi Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale

YILDIZ, Z. ve DURGUN, A. (2010), 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri, Süleyman Demirel Vizyoner Dergisi, Cilt 2, Sayı 1, ss.1-15

YOUELL, R. (1998), Tourism an Introduction (1 Published), United Kingdom: Addison Wesley Longman Limited

ZENGİN, B. (2010), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri, Akademik İncelemeler Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, ss.102-126

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO) (2016), Annual Report 2016, Spain: Madrid

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO) (2017), Annual Resport 2017, Spain: Madrid

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://www.canakkale.bel.tr/icerik/2031/seramik-muzesi/> Erişim Tarihi: 10.12.2017

<http://www.canakkale.bel.tr/icerik/1943/karayolu-ulasim/> Erişim Tarihi: 10.12.2017

<https://canakkalemuze.dzkk.tsk.tr/tr> Erişim Tarihi: 15.12.2017

<http://www.canakkale.gov.tr/nufusu> Erişim Tarihi: 15.12.2017

<http://catab.kulturturizm.gov.tr/TR,129473/sehitler-abidesi.html> Erişim Tarihi: 20.11.2017

<http://catab.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/50316,etkinlik-verileripdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 06.10.2018

http://dosyalar.ormansu.gov.tr/belgeler/mevzuat_yeni/yonerge/2014-3%20Say%C4%B1%C4%B1%20Av%20Turizminded%20Kat%C4%B1%C4%B1m%20Pay%C4%B1%20Y%C3%B6nergesi.pdf (Erişim Tarihi: 31.10.2017)

<http://www.milliyet.com.tr/anzaklar-2015-te-turkiye-ye-akin-pembenar-detay-seyahattatil-2025926/> Erişim Tarihi: 06.10.2018

<https://www.onurair.com/tr/> Erişim Tarihi 10.01.2018

<https://p.turkishairlines.com/> Erişim Tarihi 10.01.2018

<http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/9106.pdf> Erişim Tarihi:20.12.2016

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a81f4d8a4c3f3.37317091 Erişim Tarihi 30.12.2017

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a81f4dd4083b2.82236571 Erişim Tarihi: 30.12.2017

<http://www.thomascook.com/thomas-cook-history/> Erişim Tarihi: 20.12.2016

https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html Erişim Tarihi:10.10.2017

https://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir_15389.html Erişim Tarihi:10.10.2017

https://www.tursab.org.tr/dosya/12193/tursab-kruvaziyer-turizmi-raporu107153521118_12193_5644498.pdf Erişim Tarihi:04.11.2017

https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/seyahat-acentalari_915.html Erişim Tarihi:10.10.2017

https://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu_12195_5670173.pdf Erişim Tarihi: 31.10.2017

https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html Erişim Tarihi: 31.10.2017

<http://www.tuyed.org.tr/spor-turizmi-raporu/> Erişim Tarihi: 31.10.2017

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-208783/yillik-il-ilce-konaklama-tablolari.html>
Erişim Tarihi: 31.10.2017

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201126/yillik-bultenler.html> Erişim Tarihi:
31.10.2017



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Özgeçmiş

Adı Soyadı:	Abdullah Köseoğlu
Doğum Yeri:	Cihanbeyli – Konya
Doğum Tarihi:	19.05.1987
Medeni Durumu:	Bekar
Öğrenim Durumu	
Derece:	Okulun Adı:
İlköğretim:	Akif Paşa İlköğretim Okulu - Konya
Ortaöğretim:	Karkent İlköğretim Okulu - Konya
Lise:	Selçuklu Atatürk Lisesi - Konya
Lisans.	Akdeniz Üniversitesi – Turizm ve Otel İşl. Yüksekokulu - Konaklama İşletmeciliği
Yüksek Lisans.	Selçuk Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü – Turizm İşletmeciliği
Becerileri:	Turizm Pazarlaması, Seyahat Acentesi Kuruluş ve İşleyişi, Turizmde Fiyatlama Üzerine Kontrat ve Sözleşmeler
İlgi Alanları:	Turizm, Seyahat, Yurt Dışı Seyahati, Ülkelerin Kültürleri Ekseninde Turizm Algısı
Halen Yaptığı İş:	Almula Turizm Yat. A.Ş. – Novaland Şubesi Yetkilisi
İş Deneyimi: (Doldurulması isteğe bağlı)	Çamyuva Asdem Beach – Resepsyonist - Antalya Rixos Grup- Down Town – Muhasebe – Antalya Diana Travel / Thomas Cook Grup – Kontrat Yetkilisi – Antalya Abk Şirketler Grubu – Byd Rumi Turizm – Şube Müdürü
Aldığı Ödüller: (Doldurulması isteğe bağlı)	X

Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar: (Doldurulması isteğe bağlı)	Prof. Dr. Mete Sezgin –Selçuk Üniversitesi – Turizm Fakültesi Doç. Dr. Şafak Ünüvar – Selçuk Üniversitesi – Turizm Fakültesi Öğr. Gör. Dr. Fatih Varol – Selçuk Üniversitesi – Turizm Fakültesi Öğr. Gör. Bağdagül Karal – Akdeniz Üniversitesi – Sosyal Bilimler M.Y.O Öğr. Gör. Gürol Karal – Akdeniz Üniversitesi – Sosyal Bilimler M.Y.O Öğr. Gör. Güven Arıkan – Akdeniz Üniversitesi – Sosyal Bilimler M.Y.O
Tel:	0532 388 28 86
E-mail:	a.koseoglu@msn.com / koglu.abdullah@gmail.com
Adres:	Hacı Yusuf Mescit Mh. Sayar Sk. Başak Şehir Siteleri Etap 2 5/5 Daire No:8 Karatay Konya

İmza: