



KADIR HAS UNIVERSITY  
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES  
PROGRAM OF ECONOMICS

# IMPACT ASSESMENT OF TURKEY 2023 TOURISM ACTION PLAN

CIGDEM ERTEKIN

MASTER'S THESIS  
ISTANBUL, MAY, 2019

# IMPACT ASSESMENT OF TURKEY 2023 TOURISM ACTION PLAN

CIGDEM ERTEKIN

MASTER'S THESIS

Submitted to the School of Graduate Studies of Kadir Has University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master's in the Program of Economics

ISTANBUL, MAY, 2019

DECLARATION OF RESEARCH ETHICS /  
METHODS OF DISSEMINATION

I, CIGDEM ERTEKIN, hereby declare that;


- this Master's Thesis/Project/PhD Thesis is my own original work and that due references have been appropriately provided on all supporting literature and resources;
- this Master's Thesis/Project/PhD Thesis contains no material that has been submitted or accepted for a degree or diploma in any other educational institution;
- I have followed "Kadir Has University Academic Ethics Principles" prepared in accordance with the "The Council of Higher Education's Ethical Conduct Principles"

In addition, I understand that any false claim in respect of this work will result in disciplinary action in accordance with University regulations.

Furthermore, both printed and electronic copies of my work will be kept in Kadir Has Information Center under the following condition as indicated below (SELECT ONLY ONE, DELETE THE OTHER TWO):

The full content of my thesis/project will be accessible only within the campus of Kadir Has University.

CIGDEM ERTEKIN

20.05.2019 

DATE AND SIGNATURE

## ACCEPTANCE AND APPROVAL

The work entitled **IMPACT ASSESSMENT OF TURKEY'S 2023 TOURISM ACTION PLAN** prepared by **ÇİĞDEM ERTEKİN** been judged to be successful at the defense exam held on **20.05.2019** and accepted by our jury as **Master of Arts THESIS**

Assoc. Prof. Hasan TEKGÜÇ (Advisor)

Prof. Özgür ORHANGAZI

Assoc. Prof. M. Eray YÜCEL

Kadir Has University

Kadir Has University

Bilkent University

I certify that the above signatures belong to the faculty members named above.

Prof. Sinem Akgül AÇIKMEŞE

Dean

School of Graduate Studies

DATE OF APPROVAL:.....



## TABLE OF CONTENTS

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>vi</b>
<b>LIST OF TABLES</b> .....	<b>vii</b>
<b>LIST OF FIGURES</b> .....	<b>viii</b>
<b>LIST OF ABBREVIATIONS</b> .....	<b>ix</b>
<b>1. INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>2. LITERATURE REVIEW</b> .....	<b>5</b>
2.1. Demand Side Review .....	6
2.2. Supply Side Revivew .....	8
<b>3. DATA AND VARIABLE SELECTION</b> .....	<b>12</b>
3.1. Data Source .....	12
3.2. Variable Selection.....	13
3.2.1. Dependent variable: revenue per Capita .....	<b>15</b>
3.2.2. Length of stay and group size (not included).....	<b>18</b>
3.2.3. Time variable: quaterly analysis between 2006-2018.....	<b>18</b>
3.2.4. Independent variables: tertiary share and high income share .....	<b>19</b>
3.2.5. Dummy variables .....	<b>23</b>
<b>4.METHODOLOGY</b> .....	<b>26</b>
4.1. Sample Size and Empirical Framework .....	26
4.2. Descriptive Statistics .....	30
<b>5. RESULTS AND DISCUSSION</b> .....	<b>32</b>
5.1. Initial Analysis.....	32
5.2. Regression Analysis .....	32
5.2.1. Ordinary Least Squares .....	33
5.2.2. Instrumental Variable Analysis.....	34
5.2.3. Panel Data Analysis.....	36
5.2.4. Alternative Analysis with Policy Dummy 2010.....	38
5.2.5 Robustness Analysis.....	39
5.3. Discussion .....	40
<b>5.4. CONCLUSION</b> .....	<b>44</b>
<b>REFERENCES</b> .....	<b>46</b>

<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>49</b>
<b>APPENDIX A.....</b>	<b>50</b>
<b>APPENDIX B.....</b>	<b>77</b>
<b>EQUATION B.5.1.....</b>	<b>77</b>
<b>EQUATION B.5.1.....</b>	<b>77</b>
<b>APPENDIX C TURKEY TOURISM STRATEGY.....</b>	<b>78</b>



**ABSTRACT**

Tourism Strategy of Turkey – 2023 and the Action Plan for 2013 [Tourism Strategy 2023] have the target of making Turkey a top brand in the world with superior income and visitor figures by 2023. One of the major aims of this new strategy is to increase revenue per tourist and it emphasizes the role of cultural tourism in reaching this goal. In this thesis, I investigate the impact of this strategy. I use both instrumental variable and panel data methods and find an impact of \$103-\$192 per tourist depending on the empirical method for the 2011-2018 period compared to the preceding period of 2006-2010. These results are statistically and economically significant and robust to alternative assumptions.

**Keywords:** Education Level of Tourists; Foreign Tourist Profiles; High Income Tourists; Tourism Income; Tourism Receipts; Tourist Expenditure; Tourist Profiles.

# TÜRKİYE 2023 TURİZM AKSİYON PLANI ETKİ ANALİZİ

## ÖZET

Türkiye Turizm Stratejisi -2023 ve 2013 Aksiyon Planı (Turizm Stratejisi 2023), Türkiye’yi 2023’te dünyada üst seviyede gelir ve ziyaretçi rakamlarına sahip zirve bir marka haline getirmeyi hedeflemektedir. Bu yeni stratejinin başlıca amaçlarından biri turist başı geliri artırmak olup, bu amaca ulaşmak için kültür turizminin rolü üzerinde durmaktadır. Bu tezde ben, bu stratejinin etki analizini araştırmaktayım. Araçsal değişken ve panel veri analizi metotlarının her ikisini de kullanarak 2011-2018 döneminde, öncesindeki 2006-2010 dönemine kıyasla, kullanılan ampirik metoda göre değişkenlik göstermekle beraber, turist başı \$103-\$192 etki bulunmaktadır. Bu sonuçlar istatistiksel ve ekonomik olarak anlamlı ve alternatif varsayımlara karşı güçlüdür.

**Anahtar Sözcükler:** Turistlerin Eğitim Seviyesi, Yabancı Turist Profilleri, Yüksek Gelirli Turistler, Turizm Geliri, Turizm Kazancı, Turist Harcaması, Turist Profilleri

## LIST OF TABLES

Table 3.1 – Expenditure Patterns in the reviewed literature.....	13
Table 3.2 – Consumption Patterns in the reviewed literature.....	13
Table 3.3 - Holiday Type and Tourist Profiles in the reviewed literature.....	15
Table 3.4- Descriptive Statistics for Tourism Income, Total Number of Visitors and Revenue per Capita.....	16
Table 3.5- Descriptive Statistics for High Income and High Income Share.....	20
Table 3.6 - Descriptive Statistics for Tertiary Education, Other Education and Tertiary Share.....	22
Table 5.1 All Estimation Comparisons (OLS & IV).....	41
Table 5.2 All Estimation Comparisons (RDD).....	42
Table A3: Full Results of OLS and IV Estimates.....	63
Table A4: Full Results of Regression Discontinuity Design.....	66
Table A5- Robustness Analysis.....	68
Table A6- Alternative Instrumental Variables Analysis with Policy Dummy 2010.....	70
Table A7- Alternative RDD Analysis with Policy Dummy 2010.....	75

## LIST OF FIGURES

Figure 3.1- Revenue per capita by years (2006-2018).....	17
Figure 3.2 – Mean of revenue per capita before and after year 2010.....	18
Figure 3.3- High income share by years (2006-2018).....	20
Figure 3.4 - Tertiary share by years (2006-2018).....	22
Figure 3.5 – Mean of tertiary share before and after year 2010.....	23
Figure 5.1 Revenue per capita all estimations.....	43





## LIST OF ABBREVIATIONS

$REV_c$  /  $REVC$ : Revenue per capita of the countries /for each country

$E$  : Expectation

$HI_c$  /  $HIc$ : High Income of the countries /for each country

$TS_c$  /  $TSc$ : Tertiary Share of the countries /for each country

$TSc_0$  /  $TSc0$ : The cutoff tertiary share /for each country

$HIc_0$  /  $HIc0$ : The cutoff high income share /for each country

$y_c$  /  $Yc$ : Outcome variable for the countries /for each country

$Z_c$  /  $Zc$ : The instrumental variable for the countries /for each country

$P_c$  /  $Pc$ : Policy variable for the countries /for each country

$D_c$  /  $Dc$ : The treatment variable for the countries /for each country

$w_c$  /  $wc$ : Western European Countries /for each country

$n_c$  /  $nc$ : Neighboring Countries /for each country

The Strategy / Tourism Strategy 2023: Tourism Strategy of Turkey-2023 and The Action Plan 2013

TURKSTAT: Turkish Statistical Institute

OLS: Ordinary Least Squares Analysis

IV: Instrumental Variable

RDD: Regression Discontinuity Design

# 1 INTRODUCTION

I analyze the impacts of the Tourism Strategy of Turkey-2023<sup>1</sup> and The Action Plan 2013 released by the Ministry of Culture and Tourism in 2007, in line with the Strategic Plan 2010-2014 (hereafter Tourism Strategy 2023 for brevity). The Tourism Strategy 2023 aims to make Turkey a top brand in the world with superior income and visitor figures by 2023 (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a). In this sense, the Strategy provides short-term, medium-term and long-term action plans (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a, p. 42). It is widely accepted that tourism is a tool for development for some developing economies. However, most of the time the question is whether per capita revenue is growing whilst the numbers of tourists are growing. It is also another consideration whether the incoming tourists are value adding (increasing revenue per capita) tourists or not. Tourist segmentation is very important for increasing per capita tourism revenue – whether they are from the high income segment or not, whether they are from a specific age segment, whether they belong to a specific education segment. Additionally, which type of holiday these tourists prefer.

Turkey has been a major destination for sun, sea and sand tourism for many years due to the abundance of its natural resources. However, Turkey also has many attractions for other holiday types, with its under-used potential to be a cultural, heritage, sports, shopping, and conference destination. As detailed in Tourism Strategy 2023, the policymakers in Turkey chose to focus on cultural tourism to attain their specified goals (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a).

Kozak (2002) analyzed British and German tourists visiting Turkey and Mallorca; both on the origin side and the destination side regarding their travel motivations in terms of destination choice. His findings reveal four main motivations in the study. An important finding of this study is that “German tourists’ reason for choosing Turkey but not Mallorca are generally due to cultural and historical reasons whereas the British preferred more leisure.

When compared to Mallorca, other than destination characteristics the most important reason

---

1 “Tourism Strategy of Turkey -2023 and Activity Plan for Tourism Strategy of Turkey 2007-2013 dated 28/02/2007 and numbered 2007/4, was approved by the High (supreme) Planning Commission, and was put into action after its publication in ‘Official Journal’ dated 02/03/2007 and numbered 26450” (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a).

for personal motivation for Turkey turns out to be culture and nature” (Kozak, 2002, p. 230). Kozak (2002) advises Turkish policymakers that: “the focus should be given to cultural amenities because cultural tourism returns more income than sun, sea, sand type of tourism” (Kozak, 2002).

In this context, it is important to underline what these natural and cultural resources include. Most of the time, heritage tourism is one of these natural and cultural resources. Heritage tourism includes the history and culture of the destination and can also be a tool of attraction for tourists from other nations with a common history as well. Therefore, it can be expected that this kind of tourism will bring such tourists who have a higher education level and earn higher income, thereby spending more and bringing in more revenue.

In this sense, Silberberg analyzes the tourists who visit museums and heritage sites in Canada and The United States. According to Silberberg’s definition, “these types of tourist are people who earn more money and consume more when they are on holiday , have a tendency to make more shopping, more literate than the average” (Silberberg, 1995, p. 363).

Concerning these basic traits, Silberberg remarks on the tendencies of these types of tourists which correlate to their spending and travelling preferences. Based on the foundations on the previous studies done, Silberberg (1995) analyzes the heritage visitors in Canada and The United States and describes their features as “high income, heavy spenders, heavy shoppers, high education” (Silberberg, 1995, p. 363).

The Executive Summary of Tourism Strategy 2023 states that mass tourism has brought drawbacks as well (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007b, p. 2). In this respect, the Strategy lays down several actions to actualize the mentioned vision. Therefore, Turkey has to use alternative resources by which it can grow while allocating the resources optimally.

My thesis mainly relates to analysis of two of the main ideas stated in the Strategy:

“Constructing tourism product in accordance with visitor profile and increasing the number of value – adding tourist numbers and tourism revenues” (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007b, p. 3). In this sense, the main strategies are delineated in the Strategy.

Although all of them are important, supportive and complementary to each other, the main

strategies referred to in this thesis can be listed as “marketing, promotion, strategy and city branding tourism diversification, tourism developmental zones and corridors” (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a).

The Tourism Strategy of Turkey is planned to reach its completion in 2023; however it has been broken down into phases in order for it to be monitored and revised during the period. In this respect, the first phase to evaluate the targets are planned for 2013 (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a, p. 42). Therefore, Turkish Tourism Strategy Action Plan 2013 is prepared including the action plans of the strategies mentioned above. The starting dates of the actions for city branding strategy starts in 2007 and the duration is 6 years for the longest arrangements. These actions include the basic preparations for a 6-years Action plan 2013. For the action plans relating to cultural tourism, arrangements range from 3 to 4 years, hence I expect to observe the results of these action plans after 2010 or 2011.

The starting dates of the actions for tourism diversification strategy are in 2007 for all the arrangements except for marine tourism and one arrangement of eco-tourism. The duration of each differs from each other - from 1 to 6 years. The main arrangements of the actions required for the study are explained under actions for tourism developmental zones and tourism developmental corridors starting in 2007 and their durations are 3 to 4 years (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a, pp. 72-81). The details are available in the action plan in the Appendix. These are discussed under the Strategy Section 3.13. Tourism Developmental Zones and Section 3.14. Tourism Developmental Corridors headings of the document (T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a, pp. 72-81).

My contribution in this study is to evaluate whether the number of tourists interested in cultural sites has increased. Due to data limitations, we cannot directly observe this. The purpose of visit data are collected through face to face surveys at border gates on a quarterly basis<sup>2</sup> but total answers to this questions are much lower than the total number of visitors. In other words, most tourists do not answer this purpose of visit question.

Alternatively, in this study I use the following empirical strategy. I hypothesize that more educated tourists on average are more likely to respond to the new Turkish Tourism Strategy. Education level information about the visitors is available by nationality. I calculate the tertiary

---

<sup>2</sup> [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)

education level of each tourist supplying country for every quarter between the year 2006 and the first quarter of 2018. In this respect, I calculate the tertiary share of each country by dividing the total number of visitors with tertiary education by the total number of visitors from each country. I use tertiary share as a proxy for tourists interested in cultural tourism. I then empirically investigate the relationship between the increase in share of tourists with tertiary education and revenue per capita with quarterly data for 30 countries.

I employ three alternative empirical studies. First, I use OLS analysis with pooled data from all countries. Then I employ Instrumental Variable (IV) analysis. IV is a two stage regression method wherein at the first stage tertiary share is regressed on policy and at the second stage estimated tertiary share is used to investigate the relationship between revenue per capita and education. The policy dummy variable was created for quarters 2011 and onwards, since the first phase of the action plan 2013 for cultural tourism sites was expected to come to fruition by 2010. I also investigate the same question with panel data methods because the IV method is liable to be biased due to the path dependency in the number of visitors from each country. Path dependency in tourist behavior may result in serial correlation problems in empirical investigation.

My estimates from the empirical analysis suggest that in the post 2010 period, the share of tourists with tertiary education has increased by seven and a half percent, *ceteris paribus*, coinciding with the completion of the first phase of investments oriented towards cultural tourism sites. The seven and a half percent increase in tertiary educated share resulted in increase revenue per share by \$103 to \$192 depending on the estimation strategy.

## 2 LITERATURE REVIEW

In terms of applying the right strategy in the tourism sector, the literature provides different ideas about the segmentation of tourist profiles and tourism types. Tourism strategy is a combination of many aspects, therefore in order to apply the correct marketing strategy it is necessary to analyze the tourists and what they pay for. In order to do this, it is necessary to determine what the preferences of the specific types of tourists are, what the main characteristics of those tourists with specific tastes are, what kind of tourism product attracts what kind of tourists and who the higher spending or higher revenue bringing tourists are; the tourism type should be focused on which earns more revenue as well as sustaining the resources. Last but not least these questions require further examination on revenue, thereby on expenditure and consumption patterns.

In this respect, the main idea in the literature is that it is crucial to segment the visitors and their tastes in order to estimate the increase in revenue per tourist. The literature includes firstly marketing segmentation strategies for specific tourist profiles, tourism products, ideas on the destinations, origins, expenditure, alternative holiday types, and nationality based segmentation, product based segmentation and so on. Since the analysis of this paper is on the impacts of Turkey's new tourism strategy, my focus is on the high income generating tourists who are expected to have higher incomes and have higher socio-economic status. Secondly, it is necessary to check whether alternative tourism types other than mass tourism attract higher revenue generating tourist types. In sum, these will offer control as to whether the new strategy's focus on cultural tourism really affects the revenue generation per tourist.

In order to understand this three-step process, the patterns which affect demand side and supply side should be understood at first. Therefore, I divided the reviewed literature into demand side studies and supply side studies. The demand side focused studies are generally concerned with price, income, expenditure, and elasticity matters.



The supply side focused studies are concerned with services, transportation and accommodation facilities, and the tourism product and tourist's country of origin, destination, tourist preferences and related subjects. In the reviewed literature, supply side studies include the categories of cultural tourism, rural tourism, medical tourism, sports tourism, culinary tourism, food tourism, air transport, tourist attractions, tourist profile, tourist segments, wine tourism, health tourism, urban tourism, and finally mass tourism.

There are also other categories which are influencing factors on both demand and supply. These categories include many wider aspects such as economic growth, host perceptions, sustainability, destination image, tourism growth, the multiplier effect, tourism segmentation, travel motivations, purchasing decision, and tourism policies.

The categories mentioned above are not strict categorizations. The segregation is made according to the main subjects they are under, however most of them can be discussed under demand, supply or other categories as well. This categorization is made only in order to frame the literature and the studied subject.

In analyzing these impacts, the literature concentrates on either destination or origin countries and mostly uses time series analyses. The time variable is very important because, as Morley (1998) also emphasizes, the importance of time variables is due to the accumulating effect of past tourism numbers for correct estimations (Morley, 1998, p. 71). This is again due to the fact that since tourism is a very complex combination of many ingredients, the analysis should be based on the comparison of past values with the today's values, in order to have a correct view of the future. In general, tourism always targets for increasing total numbers of tourists. Therefore, a general increase in numbers can cause the researcher to make mistakes during the estimations (Morley, 1998, p. 71).

## **2.1 DEMAND SIDE REVIEW**

The reviewed literature also includes expenditure patterns analyses. It is necessary to include the expenditure patterns in the analysis, firstly to be able to apply a targeted market segmentation and secondly because of the flexibility of demand (Jang, et al., 2004, pp. 331-332).

Nicolau and Mas (2005) studied tourist expenditure in Spain, and groups the expected determiners for expenditure in three categories (Nicolau & Más, 2005, p. 273). In the study, the determiners are tested both for their effects on expenditure and on trip decisions (Nicolau & Más, 2005). The first group includes destination features, the second personal restraints and the third group the socio-demographic attributes (Nicolau & Más, 2005, p. 273). Proximity was found to be effective on expenditure. Likewise, place of stay, income, group size, and duration of stay (Nicolau & Más, 2005, p. 287).

In another study on tourism in Spain, two of the findings are outstanding and supportive. The results show that high income and highly educated tourists have a higher spending trend than the poor and that highly educated tourists spend higher than the lower educated ones (García-Sánchez, et al., 2013, pp. 627-628).

Another finding is from the work of Perez & Juaneda (2000), analyzing both the origin and the destination according to the market segments. The study is based on the Balearic Islands, Spain. They test the effect of elements related to both personal and travel on expenditure in their models. The highest impacts on spending are found to be in origin and nationality (Perez & Juaneda, 2000, pp. 630-633).

Louca (2006) addresses effect of the policy change on income and expenditure of tourism in Cyprus, by researching whether the investments made in tourism in Cyprus has resulted in an increase in the number of tourists and their expenditures (Louca, 2006, p. 605). The focus of the investments was on building hotels and thereby on infrastructure, transportation and promotional activities (Louca, 2006, p. 604). The policy's effect however on the income generated is not as high as it could have been (Louca, 2006, p. 614). Even more per capita spending is likely to decrease it (Louca, 2006, p. 614).

Becken & Gnoth (2004) examine the consumption of tourists from the USA, Germany and Australia in New Zealand, according to tourist types. In the study, the findings show that nationality is the differentiating factor. However, not only is nationality the important factor but also their traveling preferences do matter (Becken & Gnoth, 2004, p. 379). Another study by Mykletun and Crotts (2011) also found the same result in their study on the Baltic States. In the study of tourist spending as per segmented visitors, out of the included variable set, the most prominent one is found out to be nationality (Mykletun, et al., 2001, p. 500).

However, it should be noted that this provides an insight regarding spending patterns whereas

does not not reflect whether this spending pattern provides an increase in revenue or not. Many other variables affect the increase in revenue, such as length of stay or party size (accompanying persons). Kozak (2001) analyzing tourist spending in Turkey, reports that duration of holiday and the number of people in the group of visitors importantly affect expenditure. However, in the study he also adds that despite the larger size in visitor groups, the rise in spending is not large enough. He explains this by discussing sold package types, what these packages include (Kozak, 2001).

Although most of the studies in the literature take either the origin side or destination side as basis for analysis, Kozak (2002) introduces a study comparing tourists from the same two countries to two different destinations (Mallorca and Turkey) with tourists from two different countries (British and German) to the one same destination. Comparing these two countries, finding Turkey's competitive advantage to be its culture and nature, Kozak (2002) concludes by advising Turkish policy-makers to focus on cultural and natural amenities (Kozak, 2002, pp. 230-231).

On the other hand, in examining the determinants of consumption, it is also necessary to take types of tourism into account as well. For example, in the analysis of cultural tourism expenditure determinants, Richards and Van der Ark, L. A. (2013) claim that the features of cultural tourism are not clear cut (Richards & Van der Ark, 2013, p. 74). In their study they find that the type of tourism affects the degree of consumption in cultural tourism to a very high level. Additionally, there are also segmentations among the cultural tourists as well; for example more educated tourists prefer museums but not festivals (Richards & Van der Ark, 2013, p. 74).

## **2.2 SUPPLY SIDE REVIEW**

The literature also provides insight into the segmentation of the tourist profiles, either focusing on the origin or destination in terms of nationality segregations or not, while also providing insights into the drawbacks of mass tourism.

In this context, in the selected literature two concepts have mainly been covered: host perceptions, and residents' attitudes. Tosun (2002) analyzes host perceptions about mass tourism attractions in Turkey, and Perez (2005) studies the expenditure levels of mass tourism. Similarly, Harrill (2004) proposes a literature review on tourism planning and development and

finds many different arguments on the residents' attitudes, some positive and some negative. In general, however, he argues that the organizers among the planners should not only target the attraction of more visitors to the destination but also developing the destination to be more attractive, as well as sustaining the resources (Harrill, 2004, p. 264).

Another study carried out by Baysan (2001) studies the effects of mass tourism on the environment in three nations – Germany, Russia and Turkey (Baysan, 2001, p. 218). In this study, Baysan (2001) finds that education and nationality are significantly related to each other (Baysan, 2001, p. 225). Conversely, Germans are more mindful about the natural and environmental side of the subject, with a relatively lower education level (Baysan, 2001, p. 225). That's why it is not possible to strictly relate these two variables to each other.

Another study, performed by Tosun (2002), asks about the negative effects of mass tourism in Ürgüp. The destination is not a standard sun, sea, sand destination but it is also added to the travel plans of sun tourists in their travel packages, as a local feature. Although the region has aspects of a religious and historical tourism product for the tourists, it has gained a recreational image. In this sense, both the resources are overused and a cultural tourism product has turned out to become more of a leisure tourism product (Tosun, 2002, p. 235).

Kozak (2002)'s findings are very much in line with the Turkish Tourism Strategy and provided a guide for which types of tourism and which type of tourist profile my study should focus on. The literature in general supports the view by studies on profiles of those tourists who are the consumers of cultural tourism.

In this respect, Hughes (2002) states that the term cultural tourism has different perceptions and does not mean the same for everyone (Hughes, 2002, p. 165). In his study, he attempts to segment these cultural tourists, but he emphasizes two sub-categories; the first group is those visitors who are purposely taking a cultural trip and the second group are those who are taking another type of trip but consuming cultural products as well (Hughes, 2002, pp. 170-172). Hughes and Allen (2005) review the literature and reports from Holcomb (1999) profiling the cultural tourists as having higher education, higher income level, travelling often, and upmarket tourists (Hughes and Allen, 2005; p. 176).

There are other studies which support the above mentioned arguments. Kim, et al. (2007) examine the preferences in cultural utilization of intellectual and non-intellectual cultural events

and conclude that high-class tourists prefer intellectual culture, while low class tourists enjoy non-intellectual events (Kim, et al., 2007, p. 1367). It can be concluded through this study that education and income are influencing variables to understand which kinds of cultural products are preferred by the visitors, excluding local festivals and fairs (Kim, et al., 2007, p. 1370).

Heritage tourism is another sub-heading under the cultural and natural resources umbrella. Silberberg (1995) analyzes the heritage visitors in Canada and the United States and depicts their features as high income, heavy spenders, heavy shoppers, high education (Silberberg, 1995, p. 363). Nguyen (2014) also supports the findings of Silberberg and defines their features. In this respect, Nguyen also mentions them as having a high education and higher income (Nguyen & Cheung, 2014, p. 39). In another study made on authenticity in heritage tourism, the results correspond to the above results: middle age and high income are the most important features of these tourists (Chhabra, et al., 2003, p. 716).

In addition to the above findings, another component of cultural tourism is festival and Expo visitors. Although in the literature, festival and Expo visitors are not as much parallel to heritage ones as cultural tourists, in a study made by Lee et al. (2004), culture is found out to be the most important source of motivation of festival and Expo visitors (Lee, et al., 2004, pp. 67,69).

Turkey is a country which has religious attractions for both Christianity and Islam. Some of them can be discussed under heritage tourism as well. In a study of Manisa for developing it as a religious tourism destination, Atli et al., (2015) list the necessary steps for a plan. Their research is based on the monuments in Manisa (Atli, et al., 2015, p. 222). Yet they also emphasize the relationship between heritage tourism and religious tourism (Atli, et al., 2015, p. 225). In this sense, the tourist profiles can be assumed to be similar to those of heritage tourists. Another study of Indian Temples by Prasad and Rani (2015) gives an insight that the visitors can be defined as repeat visitors and they stay in cheap places (Prasad & Rani, 2015, p. 123).

Molera & Albaladejo (2007) segment the rural tourists into many categories and analyse them deeply. The important finding of the study is that higher education level relates to likelihood to be a rural tourist (Molera & Albaladejo, 2007, p. 763). Sharpley's study on Cyprus is about the development program of rural tourism in Cyprus, (Sharpley, 2002, p. 237). The main target of this program was diversification; however revenue increase did not match the target. (Sharpley, 2002, p. 242). Data about medical tourism, also known as health and wellness tourism, is not easy to find and therefore the literature in this context is very limited. There are other legal

barriers in this concept of tourism as well. However, for Turkey, there is a spa and thermal tourism potential which cannot be underestimated. This natural resource, if it can be marketed well and used sustainably, can provide high revenues to Turkey in line with the new Tourism Strategy. An example study is on Kazakhstan to Turkey visitors for health tourism. According to this study, a project between Turkey and Kazakhstan on thermal tourism is expected to provide \$3 billion direct revenue by 2030 (Yesilyurt, et al., 2018, p. 57).

Sports tourism is another type of tourism which can bring additional revenue. Barquet et al. (2011) analyzing the winter sports events and tourist expenditure through the Biathlon World Cup, find out that group size and income level have a great effect on revenue. If group size increases, expenditures decrease, whereas visitors with a high income lead to higher income levels in the results (Barquet, et al., 2011, pp. 1207-1209). Another important branch under sports tourism is golf tourism. In terms of revenue generation, golf is one of the most striking tools. Golf players spend considerably more and can be target visitors to increase revenue per capita (Shani, et al., 2010).



### **3 DATA AND VARIABLE SELECTION**

Findings from the literature led me to focus on tourists' nationality, purpose of visit, income and education levels, since the literature shows that these variables have significant effects on the results. The data time variable starts as of year 2006, the earliest available quarterly data by country (nationality). In order to measure the implications of the Strategy, total generated income by country is included in the dataset along with expenditure by country. The number of visitors is also grouped by country. The panel data has been grouped by nationality (country) variable.

#### **3.1 DATA SOURCE**

Data for the variable creation have been downloaded from TURKSTAT databases on the web. On the website of TURKSTAT, under the title of Statistics by Theme, the Education, Culture, Sport and Tourism tab provides the Tourism Statistics for the essential variables (TURKSTAT, 2018). On the website, the statistics for Tourism have been designated as Dynamic Search and Statistical Tables. Statistical Tables comprise "Border Statistics", "Departing Visitor Statistics", "Arriving Citizen Statistics" and "Household Tourism Statistics" (TURKSTAT, 2018). These tables and statistics include the numbers for demographics, occupation status, education level, purpose of visit, nationality of the tourists, as well as accommodation types, number of overnights, tourism income, type of expenditure, and expenses. However the above mentioned statistics are all for general numbers in Turkey and are not broken down as per nationality.

In order to constitute the panel for nationality, the data are collected from TURKSTAT on the Dynamic Search tab. Under this tab, the statistics are divided as per years. The former statistics are in between the years 2003-2012 and the latter are after 2012. The format of each group is different. I derive the statistics from these different formats and assemble them in a data table. This new data table is grouped as per country for each variable, either a dependent or independent variable.

### 3.2 VARIABLE SELECTION

As per the literature, factors affecting the demand side can be grouped under expenditure and consumption patterns. Table 3.1 and Table 3.2 show the common determinants of expenditure and consumption through the reviewed literature.

**Table 3.1 – Expenditure Patterns in the reviewed literature**

Expenditure Patterns		
Destination Attributes	distance to the destination and type of accommodation	(Nicolau & Más, 2005)
Personal Restraints	income, size of family and number of children	
Socio-demographic Features	age, marital status and education	
Expenditure in Home City		Perez & Juaneda (2000)
Nationality		

**Table 3.2 – Consumption Patterns in the reviewed literature**

Consumption Patterns	
Nationality	Becken & Gnoth (2004)
	Mykletun and Crofts (2001)
Duration of stay	Kozak (2001)
Holiday Type (Tourism Type)	Kozak (2002)
	Richards & Van der Ark (2013)

Nationality appears to be the most effective factor in determining consumption patterns. Both Becken & Gnoth (2004) and Mykletun & Crofts (2001) define nationality as the most important variable. Therefore, labeled as “country” I include nationality as the independent variable in this thesis. However, I do not include length of stay or group size in the estimation because as stated in the literature review, their estimations are complex due to the fact that they are very much dependent on the holiday package type sold (Kozak, 2001, pp. 199-200).

As per the factors affecting expenditure patterns found in the literature, I include income level in the variables since it affects the revenue per capita by affecting tourism revenue per capita. Since the main quest of the thesis is revenue per visitor increase, income level of the visitors should be included in the estimation. I do not include other factors like size of family and

number of children in the estimation due to the fact that they are not directly related to the main question of this study. Additionally, details of the accompanying persons in the dataset are not broken down by nationality, and are therefore excluded from the total numbers. Destination distance characteristics are included in the data as country and region dummies, whereas type of accommodation is not included because the main question in this study is based on the destination country – Turkey – in general, not at a local level. In terms of socio-economic characteristics, education level is included in the estimation as an independent variable. Because the new strategy aims at creating tourism products based on tourist profile and as the literature suggests that other than sun-sea-sand tourism Turkey should focus on its natural and cultural amenities (Kozak, 2002, pp. 230-231) and cultural tourism, visitors are defined to be people with higher education in many studies. Age and marital status are not included in the estimation. Likewise, expenditure in the home city is not included in the estimation process.

The supply side studies in the literature are reviewed in terms of holiday type, in order to find the variables affecting the supply side (tourism product). As can be seen in Table 3.3, cultural and heritage tourists are commonly defined as having higher income and education. Likewise, special and alternative holiday types like golf tourism are also defined as those which attract higher income visitors.

Tourism supply side is not limited to holiday type. However, since the new Tourism Strategy of Turkey also concentrates on the question of tourist profiles for high income generation, in this study the factors for attracting other holiday types than mass tourism are examined under holiday type. In this respect, education level and income level are chosen to be the independent variables of the estimation, since they are found to be the most outstanding characteristics of cultural, heritage and alternative types of holiday.

**Table 3.3 - Holiday Type and Tourist Profiles in the reviewed literature**

<b>Holiday Type</b>	<b>Tourist Profile</b>	
Cultural Tourism	with higher education	(Hughes & Allen, 2005)
	higher income level	
	travelling often	
	upmarket	
	socio-economic (education and income)	(Kim, et al., 2007)
Heritage Tourism	high income	(Silberberg, 1995)
	heavy spender	
	shops more	
	high education	
	high income	
	middle age	(Chhabra, et al., 2003).
	high income	
Religious (Spiritual / Pilgrimage) Tourism	repeat visitor	(Prasad & Rani, 2015)
	cheaper places to stay	
	not old age	
	average income	
	high or middle education	
	heavy spender	(Shani, et al., 2010)
Festival and Expo Visitors	cultural - Expo	(Lee, et al., 2004)
	education and income has no impact (Local Festivals and Fairs)	(Kim, et al., 2007)

### 3.2.1 Dependent Variable: revenue per Capita

In order to estimate whether the new tourism strategy resulted in higher revenue per tourist as per basic economic theories, firstly the revenue gathered after the policy change should be greater than the revenue gathered before the policy change. Therefore, in an attempt to estimate the per tourist revenue increase, the dependent variable in this study is selected to be “revenue per capita”. The revenue data in this study are downloaded from the TURKSTAT website. In

the TURKSTAT data, the revenue is labeled as “tourism income”. Tourism Income values<sup>3</sup> in the data are defined in thousand US\$. The data used are for departing foreign visitors. I excluded the numbers for Accompanying People from the data due to the fact that accompanying people data were not grouped by country but were given in total for each quarter. Therefore, the available data include the tourism income for each country; however this income is the generated total revenue for each country in general. In order to estimate the per visitor revenue, the total number of visitors data are also downloaded from the TURKSTAT database for each country and tourism income divided by total number of visitors in order to arrive at the “revenue per capita” variable. The data are grouped by nationality<sup>4</sup>. Dividing the tourism income by total number of visitors, “revenue per capita” for each country is estimated. This study’s aim is to estimate whether the implemented new Tourism Strategy has had a real causal impact on the intended revenue increase. This fact is the reason why income per capita is selected to be the dependent variable of this study.

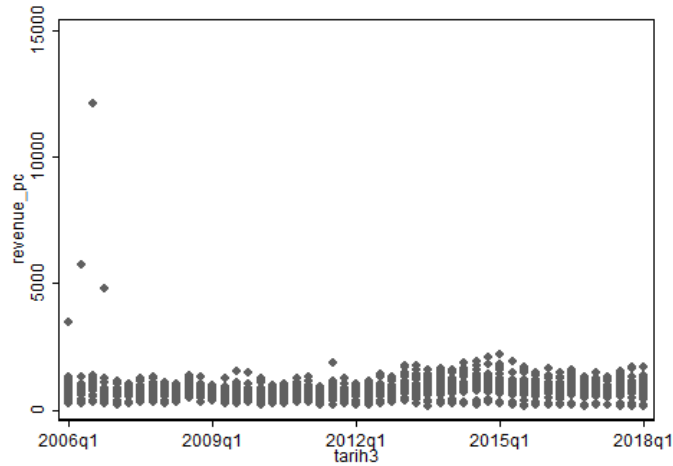
Table 3.4 provides the descriptive statistics for income, total number of visitors and revenue per capita. A total of 1,470 observations obtained.

**Table 3.4-** Descriptive Statistics for Tourism Income, Total Number of Visitors and Revenue per Capita

Variable	Obs.	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Income	1,470	133,786	186,249	5,988	1,400,000
Total no of visitors	1,470	189,239	238,856	7,036	1,700,000
Revenue per capita	1,470	808.8	457.09	135.3685	12,077

<sup>3</sup> includes food and beverage, accommodation, health, transportation in Turkey, sports, education, culture, international transportation with Turkish firms, mobile phone roaming expenditures, marina service expenditures, souvenirs etc. (TURKSTAT, 2018)

<sup>4</sup> Nationality: Name of the country on passport (TURKSTAT, 2018)



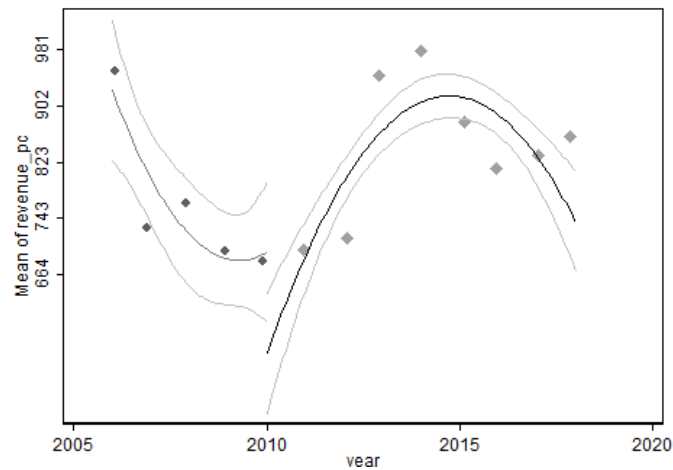
**Figure 3.1-** Revenue per capita by years (2006-2018)

The mean for the total number of visitors is around 189,239 with standard deviation of 238,856. The maximum number of visitors is 1,700,000. It is the total number of visitors for Russia in summer, 2014. The minimum total number of visitors is 7,036. It is the total number of visitors from Tunisia in autumn 2017. The maximum number corresponds to the high season for tourism (summer). Therefore, the data for total number of visitors are significant. For income, which represents total tourism income generated, the mean is around 133,786 (\$ in thousands) with standard deviation 186,249. The minimum income generated is 5,988 again from Tunisia in autumn 2007. The maximum income generated is 1,400,000 (\$ in thousands) which is for Germany in summer 2013. The mean revenue per capita (the average) is 809 (\$) with a standard deviation of 457. The minimum revenue per capita is \$135 which is for Georgia in 2017, quarter 3. The maximum value of the revenue per capita is \$12,077, which corresponds to Tunisia in summer 2006.<sup>5</sup> The value stands out as an outlier. There are three more outliers than this in 2006, as is also shown in Figure 3.1 for revenue per capita.

Another figure for revenue per capita in a chosen cutoff year 2010 is included in Figure 3.2 below. This figure shows the mean of revenue per capita had an increase after 2011, in around 2012. The peak is in 2015. As explained under The Strategy of Turkey 2023 section, the first phase preparations in terms of cultural tourism are planned to be completed in 2010 and 2011, the increase after 2011, corresponding to 2012 is clearly visible in this figure.

<sup>5</sup> The descriptive statistics of total number of visitors, income and revenue per capita for mean, standard deviation, minimum and maximum are rolled up





**Figure 3.2** – Mean of revenue per capita before and after year 2010

### 3.2.2 Length of Stay and Group Size (Not Included)

Length of stay and group size were not expected to be significant in the literature; therefore they are not included in this analysis, either. Although many tourism expenditure studies in the literature claim that length of stay is an important variable in determining tourism receipts (Becken & Gnoth, 2004), it is not always the case. Kozak also agrees that length of stay estimations are complex (Kozak, 2001). Therefore, in this study, length of stay and group (party) size is not included.

### 3.2.3 Time Variable: Quarterly Analysis between 2006-2018

The estimations are made on a quarterly basis between the years 2006 and 2018's first quarter. Since the tourism sector has a seasonal structure in its nature, it is inevitable to face the seasonality effect, therefore a yearly analysis would not yield sound results. In this respect, either monthly or quarterly analysis is required for this estimation. However, the monthly data in the TURKSTAT database is available for general tourism statistics, but not available for each independent variable when they are broken down into nationality (country) level. Taking both the former and the latter reasons into account, the time variable of this analysis is set at quarterly.

### **3.2.4 Independent Variables: Tertiary Share and High Income Share**

The revenue gathered depends on the income generated per tourist, thus making it dependent on the tourist spending determinants. As reviewed in the literature, tourist expenditure determinants are related to three main categories: individual, personal and socio-demographic characteristics – one of them is the income. However, income itself is not a fully explanatory variable due to the fact that there can be incremental values in the results; however this increase may not reflect an outstanding effect, because of the changing consumption determinants, their elasticity and other external reasons. Repeating Louca (2006)'s study on the case of Cyprus, there can be an increase in the trend, however the targeted income or per capita targets may not be reached (Louca, 2006).

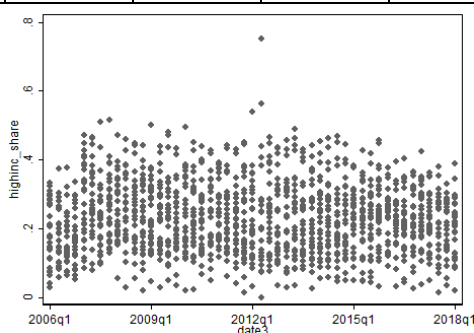
As covered in the literature in detail, different types of holiday (the tourism product) are preferred by different types of tourists in different personal and socio-economic categories. Confirmed in many studies, as high income earners are mostly associated with cultural, heritage and alternative types of tourism products such as golf tourism, they are expected to bring in more revenue. Therefore, I include an income level variable in the estimation as high and middle income categories which define the number of tourists visiting Turkey as per their income level. In the TURKSTAT database, the data for the income level according to nationality can be obtained not by nationality itself but combined with type of travel organization (personal or package tour). The breakdown of the income level was a scale from very low to very high scale combined with travel type. Since the differences between high/low income and very high/low income level have variances per country basis, I sum up the high and very high income under “high income” by combining the high and very high income levels in all types of travel. Unfortunately, this is subjective data (visitors' declaration) delivered through face to face survey, so visitors with similar incomes from different countries may declare different levels of income. The same relates to very low and low income visitors as well as middle income ones, and I have grouped all of these under “middle income”. Therefore, for the Income Level of the visitors departing Turkey has been grouped under “high income” and “middle income” levels as per their nationality.

Dividing the high income by the total number of visitors per country, I obtain the high income share variable. High income share is necessary for the estimation because each country has a different number of visitors. One country may have brought only high income visitors, however

the total number of visitors from this country may not be very high. Conversely, another country which has a very high total number of visitors may have not very high income level visitors. Additionally, the data for departing visitors have been collected through a survey<sup>6</sup> which means that the data contain a declared income level which depends on the perception of the surveyed visitors. The visitor can declare himself/ herself of an income level which may just be their personal perception. In addition to this, high income or low income levels are different for each country. High Income for Germany may be different than high income for Tunisia. These factors may all create errors in the estimation due to the averaging effect. In order to avoid error due to averages, high income share as independent variable acts as a control variable estimate demand side effect on the revenue per capita increase. I use high income share as a proxy for tourists interested in cultural tourism, since those visitors who are interested in cultural tourism are expected to have higher income levels in the literature. I then empirically investigate the relationship between the increase in share of tourists with high income and revenue per capita, with quarterly data for each country.

**Table 3.5-** Descriptive Statistics for High Income and High Income Share

Variable	Obs.	Mean	Std. Dev.	Min	Max
High income	1,470	31,825	38,305	0	292,065
High income share	1,470	0.229	0.100	0	0.75



**Figure 3.3-** High income share by years (2006-2018)

The mean for high income is 31,825 with standard deviation 38,305. The maximum high

<sup>6</sup>The data according to the departing citizen visitors: Survey forms are prepared. These forms are used quarterly through face to face survey method, with the aim of collecting data about citizens, mostly at the departure gates (TURKSTAT, 2018)

income is 292,065 for France in summer 2015. The High Income Share mean is 0.23 with a standard deviation of 0.1, with a maximum value of 0.75 which corresponds to Israel in 2012, quarter 2. It is an outlier in the data, as it is also visible in Figure 3.2, which shows the data for high income share by quarters.

The mean for high income is 31,825 with standard deviation 38,305. The maximum high income is 292,065 for France in summer 2015. The High Income Share mean is 0.23 with a standard deviation of 0.1 with a maximum value of 0.75, which corresponds to Israel in 2012, quarter 2. It is an outlier in the data as it is also visible in Figure 3.2 which shows the data for high income share by quarters.<sup>7</sup>

It is my hypothesis in this study that the education level of the visitors is expected to increase, with the Strategy focusing on cultural tourism. The literature also supports my hypothesis. For example, when discussing golf tourism Shani, et al. (2010) mention the relationship between tourist expenditure and level of education (Shani, et al., 2010) . Likewise, other studies in the literature support the fact that education level has an impact on attracting high revenue bringing types of tourists who mostly prefer cultural and alternative types of tourism with higher revenues. Therefore, I include education level in the estimation as an independent variable.

Education level variables mean other education and tertiary education variables which define the number of tourists visiting Turkey as per their education level. The database in TURKSTAT classifies education level of the tourists as pre-primary education (not-literate), first level or primary education, second level or primary education (8 years), high school and equivalent, faculty or higher education school, master of science or doctorate (TURKSTAT, 2018). I have regrouped these groups into two as “other education” which contains the summation of pre-primary school, primary, second level or primary education (8 years), and high school; and “tertiary education” which is the summation of faculty or higher education school, Master of Science or doctorate. These variables are again grouped as per their nationality. Dividing income for each country by total number of tertiary visitors, I create a tertiary share variable. As stated above in high income share, the education levels of each country are different. Additionally, the total number of visitors from one country may not be very high but the tertiary level visitor numbers may be high, or vice versa. This increases the possibility of error due to

---

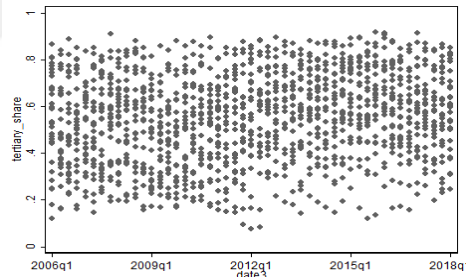
<sup>7</sup> The descriptive statistics of total number of visitors, income and revenue per capita for mean, standard deviation, minimum and maximum are rolled up

the averaging effect. I use tertiary share as a proxy for tourists interested in cultural tourism, as the visitors who are interested in cultural tourism are expected to have higher income levels in the literature. I then empirically investigate the relationship between the increase in share of tourists with high income and revenue per capita, with quarterly data for each country. I include tertiary share as an independent variable in this study.

Table 3.6 below provides the descriptive statistics for tertiary education, other education and tertiary share. For 1,470 total observations, the tertiary mean is 92,977 with standard deviation 123,147.

**Table 3.6 - Descriptive Statistics for Tertiary Education, Other Education and Tertiary Share**

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Tertiary	1,470	92.997	123,147	0	1,200,000
Tertiary share	1,449	0.552	0.186	0.075	0.916



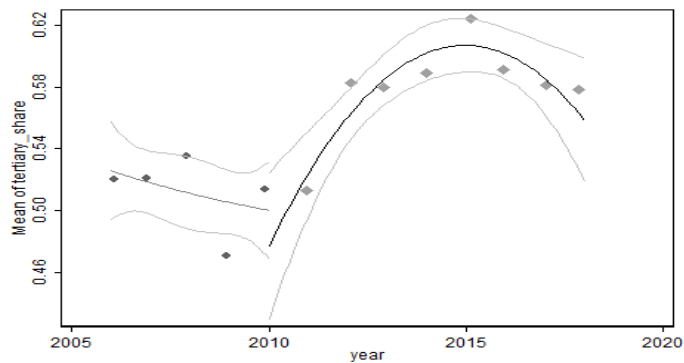
**Figure 3.4 - Tertiary share by years (2006-2018)**

The maximum tertiary number of visitors is 120,000. This number corresponds to Russia in summer 2014. The mean for tertiary share is 0.55, with a standard deviation of 0.186. The maximum value for tertiary share is 0.92, which corresponds to the USA tertiary share in autumn 2015. The minimum value is 0.07, which corresponds to the Syria tertiary share in winter 2012. In Figure 3.3, the scatter graph for tertiary share is included.

Another figure for the tertiary share with the chosen cutoff year of 2010 is included in Figure 3.4. This figure shows that the mean of tertiary share has a leap after 2011, around the year 2012.

As explained in The Strategy of Turkey 2023 section, cultural tourism first phase preparations

are planned to be completed in 2010 and 2011, and the increase after 2011, corresponding to 2012, is clearly visible in this figure.



**Figure 3.5** – Mean of tertiary share before and after year 2010

### 3.2.5 Dummy Variables:

Country (Nationality) and Country Dummies: During the literature review, nationality is treated as a significant factor almost throughout all the tourism studies. As explained by both Becken & Knot’s (2004) and Mykeletun’s (2001) studies, nationality is expected to be related with revenue per capita. Another important finding is that there is a significant relationship between education and nationality. (Baysan, 2001, p. 225) Nationality is not the only determinant, but with a mix of other external and internal factors may provide different results than expected (Baysan, 2001, p. 225). The literature supports these with other studies as well. Therefore being the most important variable in determining tourist expenditure, I set nationality as a panel data dependent variable in the estimation labeling as “country”.<sup>8</sup>

Country variable defines the nationalities of the visitors. Panel data is created at country level, so that the impact of each country can be estimated on revenue generation increase. Since the countries have different income levels, it is necessary to measure whether the visitors coming from the different countries reflects on their contribution to tourism receipts. Additionally, in a panel data setting country, dummies also take care of the distance between countries. Therefore, country dummies have been created so that the nationality effect on the income per

<sup>8</sup> Web site of TURKSTAT under “Analytical Framework, Concepts, Definitions, and Classifications” heading nationality is the country name in the passport which visitors carry when departing from Turkey, [http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072) under Analytical Framework, Concepts, Definitions, and Classifications (TURKSTAT, 2018)

capita can be estimated. The variable referred to as Country variable defines the nationalities of the visitors. Panel data created on the country level so that the impact of each country can be estimated on the revenue generation increase. Since the countries have different income levels, it is necessary to measure whether the visitors coming from the different countries reflect on the contribution of the tourism receipts. Additionally, in a panel data setting country dummies also take care of the distance between countries. Therefore, country dummies have been created so that nationality effect on the income per capita can be estimated. The variable is referred as “country”. The full list of countries is given in the summary statistics in Appendix Tables A1, A2, A3, and A4.

In the study, it is also necessary to question whether there are any other regional effects on the results. For example, countries with higher income like Western European countries may have an effect on higher revenue generation. Alternatively, neighboring countries can have a higher total number of visitors due to reasons such as distance, ticket availability and prices, or visiting Turkish relatives. In order to estimate and avoid such external effects, I create regional country dummies, to find out whether there are such external effects of the regional influence on the results.

Since it is one of the Strategy’s purposes to increase cultural, heritage and other types of tourism rather than sea, sun and sand / mass tourism, departing visitors’ purpose of visit has been included in the estimation. The variables are derived from the TURKSTAT data and are grouped under: leisure, visiting friends and relatives, health, religious, shopping, business, transit, education, and other.

As can be observed through Figure A1 in the Appendix, there has been an increasing trend change in purpose of visit variables since 2012. However, the data in the TURKSTAT website are not healthy enough to produce healthy results. For example, leisure category data in the database are separate from cultural activities and sports activities for some dates or quarters, whereas leisure, cultural and sports activities are grouped under one heading as “leisure, cultural and sports activities” for the rest of the data. Likewise, business tourism data have a similar type of compilation as well. Therefore, it is not possible to estimate separately whether cultural tourism has made an improvement or not through this data. In Figure A1, the business travel trend shows a sharp increase around 2009 and 2010 and a sharp decrease afterwards. The business type of holiday, expected to be a very inelastic type of holiday, since the decision

makers are most of the times not the visitors themselves, is another indicator that the purpose of visit data are not healthy.

Therefore, the holiday type (purpose of visit) is not included in the estimation.

Policy Variable: Studying the details of the Tourism Strategy of Turkey 2023 and the Action Plan for 2013 with the durations of the arrangements, it is expected to evaluate the cultural tourism arrangements starting in 2007 with 3 to 4 years' duration, the structural break when the results of the first phase targeting 2013 is expected to be completed around 2010 – 2011. Therefore, the impacts of the Strategy on cultural tourism is expected to be after 2010. The policy dummy variable in the estimation is created as of 2011 in case of any possible delays. Alternatively, I make a second version of the estimation with the policy dummy variable as of 2010. In both cases, I find similar results.



## 4 METHODOLOGY

### 4.1 SAMPLE SIZE AND EMPIRICAL FRAMEWORK

There are total of 1,470 observations comprising 30 countries, each has 49 observations (quarters) between the years 2006 and 2018. The data for 2018 is only for one quarter (winter). The summary statistics of the variables are explained in Table 3.7 with observation numbers, means, standard deviations, minimum and maximum values. Additionally, I attach summary statistics detailed for each country in Appendix Table A1.

The panel data in this thesis has both time series and cross sectional parts. It means that I employ the estimation of the data both between groups and time periods. The results can be fixed or random. In this study, I choose to use the fixed effect estimation due to the fact that there can be correlations between groups. This correlation may arise either between countries – for example the increase in the total number of visitors from Germany may cause an increase in the number of tourists from Austria. Another correlation may arise due to outside factors such as oil price changes, exchange rate changes, and other economic or political reasons. These may all have different impacts on countries – affecting some of them positively while affecting some others negatively. Since it is difficult to control all of these factors and their impacts for all the years in between, in this study the fixed effect panel data estimation method has been preferred.

Another thing which can affect the estimation is that there may be influences such as countries' proximity, and tourists' income level relative to the income level of the countries these tourists come from. These influences are also highly related to the factors mentioned above. In order to avoid such effects per country, I include country and regional dummies in the estimations.

Additionally, in order to avoid errors such as heteroskedasticity, correlation or other external effects, I use cluster method in the analysis.

I create the policy dummy variable as of 2011 with a second alternative for 2010. As I have

already mentioned under the Strategy explanations and the variable selection sections, the first process of the action plan 2013 for cultural tourism strategies preparation phase of cultural tourism sites, are expected to be completed in 2010 or 2011. I test two different alternatives and include them in the results.

As explained under the variable selection section, other dummy variables included in the estimations are country and regional dummies, Western European and Neighboring Countries, year and quarter dummies. Year dummy helps to control the currency effect whereas country dummies control for the other factors like proximity, age, etc. and help to provide a fixed effect.

I employ three alternative empirical strategies. In the first phase, I use Ordinary Least Squares (OLS) Regression analysis with pooled data from all the countries. I use the regression analysis firstly due to the fact that there is a risk of weighted average estimation errors within the variable groups (Angrist & Pischke , 2015) in this study, both within the countries and between the countries, and regression is the best way to estimate the effect of weighted averages. Secondly OLS (ordinary least squares) estimation in regression analysis prevents residuals as much as possible, that is to say helps to minimize the risk of errors (Angrist & Pischke , 2015)

The dependent Variable: Income per Capita (Revenue per capita) for each country

$Y_c = \text{Revenue per capita}$

The treatment variables are high income share and tertiary share. I let high income share to be denoted by  $HI_c$  and tertiary share  $TS_c$ .

Control variables are region dummies, country dummies and policy dummy. In the formula I denotes western countries dummy with  $wc$ , neighbor country dummies with  $nc$ , country dummies with  $c$  and policy dummy with  $p$ .

The general formula before starting the regression is expected to be:

$$y_c = \alpha + \beta HI_c + \beta TS_c + \gamma p + \gamma wc + \gamma nc + \gamma c + e \quad (4.1.a)$$

In the second step, I use Instrumental variable analysis. Being a two stage regression analysis, in the first stage estimation tertiary share is regressed with policy and in the second stage estimated tertiary share is used to investigate the relationship between revenue per capita and education.

The OLS estimation shows the relationship between tertiary share and revenue per capita

increase, controlling for the relationship between policy dummy and revenue per capita. Instrumental Variable estimation helps the observation of the chain relationship through the instrument of policy variable. This estimation, using policy as instrument, measures the impact of policy variable on the tertiary share and the impact of tertiary share on revenue per capita. Thus, this method measures the causal relationship link starting from the policy to the revenue per capita (Angrist & Pischke , 2015).

The instrument,  $Z_c$ : the policy variable (it will be labelled as  $P_c$  “c” for each country)

The treatment variable,  $D_c$ : in this case: tertiary share (it will be labelled as  $TS_c$  “c” for each country)

The outcome variable,  $Y_c$ : revenue per share (it will be labelled as  $REV_c$  “c” for each country)

The first stage analysis formula can be written as

$$E[TS_c|P_c = 1] - E[TS_c|P_c = 0] \quad (4.1.b)$$

Let this be  $\phi$  (Angrist & Pischke , 2015)

$$E[REV_c |P_c = 1] - E[REV_c |P_c = 0] \quad (4.1.c)$$

let this be  $\rho$  (Angrist & Pischke , 2015)

The reduced form for the IV first stage analysis will be (Angrist & Pischke , 2015)

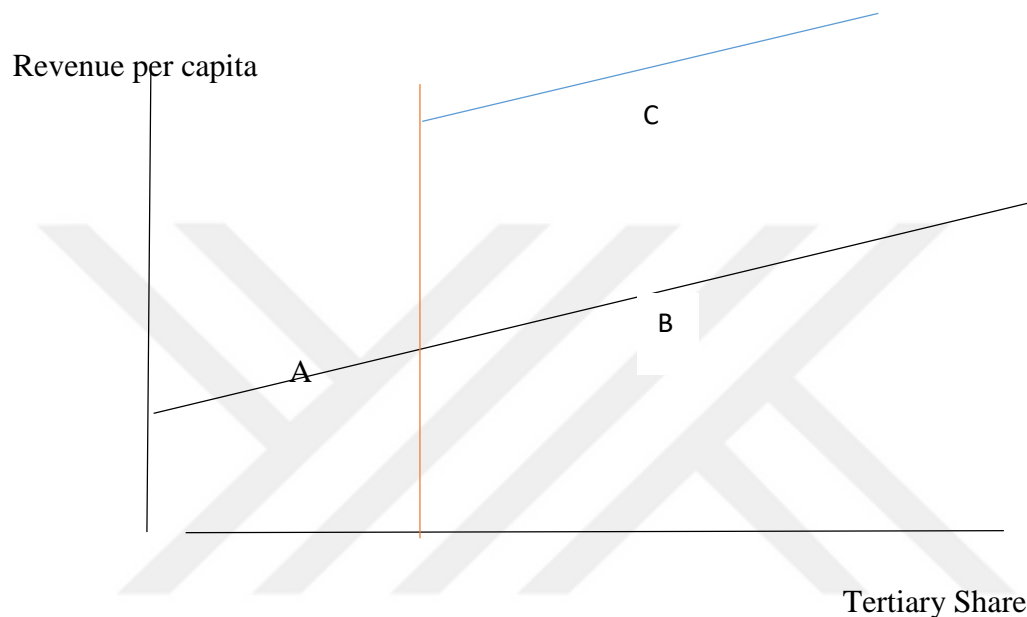
$$\lambda = \frac{\rho}{\phi} = \frac{E[REV_c |TS_c=1] - E[REV_c |TS_c=0]}{E[P_c|TS_c=1] - E[P_c|TS_c=0]} \quad (4.1.d)$$

In the last step, I employ panel data RDD analysis. One of the reasons I use this method is that it provides a better insight into the relationship between cause and effect, because it allows for controlling time-invariant country specific effects (such as distance between country of origin and Turkey). Additionally, it helps to deal with the serial correlation problem risk which may occur due to path dependency of number of visitors in each country in the instrumental variable method.

Regression and IV analysis provides me with an insight that there is a correlation between policy and tertiary share, but there is not a clear correlation between policy and high income share. However, there are still two other concerns that need to be checked. First, these results might have been caused by many other factors such as a general increase in the education level of people rather than the policy effect, or there may be other personal causes of this increase.

Secondly, there can be a general trend in the increase but no specific and sudden increase or difference may have happened between the time periods before and after the policy change.

In order to check the two drawbacks mentioned above, I apply a panel data analysis on the variables as well. This panel data analysis is made through the Regression Discontinuity Design (RDD) method, which is the best tool to estimate before and after the cut-off periods.



**Figure 4.1**– Relationship between revenue per capita and tertiary share

What RDD analysis helps me to check is whether there is a causal relationship between the policy variable and the outcome revenue per capita (Angrist & Pischke , 2015). To explain further in the graph, the relationship between tertiary share and revenue per capita can have a positive trend. RDD Analysis does estimate whether this is a nominal relationship like  $B > A$  (which can be a general trend with no policy effect) or whether there is a real cutoff change after policy get effected and the result is like  $C > A$ .

In this respect, the causal question here in this study is: “what is the policy’s effect on revenue per share”. Therefore, the treatment variable here is dummy variable ( $P_c = \text{Policy}$ ) multiplied by tertiary share ( $\beta$ ). . Here the running variables are tertiary share (TSc) and high income share (Hic) because they will determine whether revenue per capita will increase or not.

In this respect, the first equation to estimate can be written as:

$$REV_c = \alpha + \rho Pc + \gamma TSc + \beta(Pc * TSc) + \gamma HIc + ec \quad (4.1.e)$$

## 4.2 DESCRIPTIVE STATISTICS

The data for this thesis are drawn from TURKSTAT. The descriptive statistics for the data samples are presented in Table A1 in the Appendix. The sample is not a random sample, rather with different concentrations from different countries. However, the sample covers approximately 80%-90% of total tourist numbers during the study period and hence is very representative.

As per total number of visitors from the Table A1 summary statistics, the top three countries ordered as per quarterly mean results are Germany (934,150), Russia (594,521) and The United Kingdom (438,917). The last three countries are Other South Asian Countries, Australia and Tunisia with means of 30,141, 31,557 and 18,591.

In terms of the tertiary share of the countries, the top three countries can be listed as The USA, Other South Asian Countries and Canada. The mean for The USA is 85.69%, for Other South Asian Countries 79.50% and Canada 77.97%. The last three countries are listed as Germany with a mean of 33.28%, Azerbaijan with a mean of 33.14% and Georgia with a mean of 24.29%.

In terms of the high income share of the countries, the top three countries are listed as The USA with a mean of 38.94%, Canada with a mean of 36.40% and Other South Asian Countries with a mean of 35.22%. They are followed by France, Denmark, Sweden and Israel. The last three countries are Bulgaria, Russia and Georgia, with means of 12.69%, 11.67% and 5.28% in that order.

In terms of revenue per capita, the top three countries are Tunisia, Australia and Other South Asian Countries. Tunisia has a mean of \$1,678, Australia \$1,084. And Other South Asian Countries \$1,022. They are followed by Japan, Other East Asian Countries and The USA. The last three countries are listed as Greece (\$407), Georgia (\$304) and Bulgaria (\$277).

Table A2 in the Appendix presents similar summary statistics separately for the pre-2011 period versus 2011 and onwards. The median revenue per capita increases from \$765 to \$839, resulting in an 18.9% change between these periods. The median quarterly tourist arrivals increases from

98,221 to 114,957 with a percentage change of 14.6%.

The mean of tertiary share change of the visitors increases from 0.51 to 0.58 (the median changes from 0.52 to 0.59).

In terms of tertiary share change, the top three countries with the highest mean increase are Iran (0.23; 0.52), Syria (0.23; 0.47) and Tunisia (0.51; 0.67). The change in high income share is however not positive and not visible. The mean and the median for high income share is the same at 0.23 both before and after 2010. The dependent variable revenue per capita mean increases from \$765 to \$839. The median increases from \$714.53 to \$819.18. The top increasing countries are Syria (\$489.59; \$1,259.36), Israel (\$461.93; \$980.01) and Iran (\$414.49; \$800.27).



## **5 RESULTS AND DISCUSSION**

### **5.1 INITIAL ANALYSIS**

Initially I estimate a regression with random effects, to estimate the revenue per share of the tourists from the Neighboring Countries and Western European countries. The Neighboring Countries are chosen to test the results of the proximity effect, while the Western European countries are chosen to examine the results of a relatively higher income level effect on higher income generation, depending on a per capita basis.

This random effect regression is replaced with fixed effect estimation, in order to find out whether different calculations bring different results in the coefficients. Since the socio-demographic factors of the tourists and other external variables such as currency are not included in the analysis but fixed with dummy variables, the Fixed Effect estimation was found to be the best possible means to use for the estimation of this thesis.

In all of the estimations, income variable is restricted to between \$160 and \$2,000, to avoid estimation errors due to the outliers in the data.

### **5.2 REGRESSION ANALYSIS**

As per the literature, those who prefer cultural and alternative types of tourism have a tendency to be highly educated and have higher income. However, the first point to remember is “high income” is not the same for all countries. For example, high income for Tunisia might mean a different level from high income for The United States. Another point to bear in mind is how many of the visitors from these countries have a high income and high education level. It may be possible that there are fewer visitors from a western country with higher income than there are visitors from a low income country. Therefore, there might be differences both within groups of variable income level and education level as well as across the groups within countries that is to say within the panel in general.

In order to avoid these average income and education level differences, I use high income share and tertiary share variables, which have been created by dividing the total revenue generated on a nationality (country) basis into the total number of visitors from the same country.

However, there are other factors which may well be affecting the in the shed of these constraints above region dummies have been created as well. These regional dummies are created for Western European countries and neighboring countries. As was mentioned in the literature review, the proximity of some countries may affect the number of visitors due to lower transportation prices, and visitors who come to Turkey to visit their families and friends. In this respect, regional dummies for Western European countries and neighboring countries are used as control variables in this study.

The critical variable of this study is the policy dummy. Since the main investigation of the subject is on the impact of the new strategy (policy change), the policy dummy is the main control variable of this thesis. Due to the action plan's cultural site preparations being expected to be completed after 2010, I design the policy dummy with a structural break in 2011. I assigned zero to the policy dummy for the years before 2011, and one for the years after 2011.

### **5.2.1 Ordinary Least Squares (OLS) Analysis**

I start with Ordinary Least Squares regression. The OLS model has revenue per capita as dependent variable. I include the independent variables of tertiary share, policy, and high income share. The dummy variable per year and quarter are included in order to control for year and quarter effects (such as year specific effects, currency exchange or dollar inflation). Country dummies are also included in the estimation in order to control for the relationship between the fixed country effects (such as proximity, average income levels, country specific vacation habits, etc.) and revenue per capita. Full results of the estimation are available in Appendix Table A3.

The coefficient for tertiary share in the model is 589.5 with a standard deviation (304.7). The result shows a positive correlation between tertiary share and revenue per capita. Tertiary share in the database is percent, whereas the revenue per capita term is in US dollars. Therefore, it means that a 1 percent increase in tertiary share results in an approximately \$5.90 increase in revenue per capita variable. Multiplied by the mean of tertiary share (0.55), OLS estimates suggest an increase in tertiary share leads to an approximately \$325 increase in revenue per capita.

The high income share coefficient is (negative) -374.9 with a very high standard error term



(266.9) hence high income share is not statistically significant. It is also economically not significant because the negative relationship between high income share and revenue per share is not reasonable. It is counter-intuitive to interpret the result as that a 1 percent decrease in the high income share will result in an approximately \$3.75 decrease in the revenue per capita variable. Multiplied by the mean of high income share (0.23), it corresponds to an approximately \$86 decrease impact. A more likely explanation is that a higher share of tourists from low income countries are high income households in their respective homelands. However, their per capita spending in Turkey is lower than tourists from rich countries.

The policy dummy acts as a structural break between the dependent variable and the independent variable. The coefficient 44.5 means that there is a positive correlation between the revenue per capita and the policy. If the year is after 2010 there is an approximately \$45 increase in revenue per tourist. But the findings are statistically insignificant.

The Neighboring Countries dummy is a dummy variable explaining the impact of being or not being a neighboring country on the dependent variable. The coefficient of the neighboring countries is -697.66 meaning that if a country is a neighboring country, the revenue per capita decreases by approximately \$698. The Western European Countries dummy accounts for the impact of being or not being a Western European country on the dependent variable. Here the coefficient is -339.85, meaning that if a country is a Western European country, the revenue per tourist decreases by approximately \$340.

The quarterly dummy accounts for the impact of seasonality of tourism revenues on the dependent variable. Spring, being statistically significant, has a coefficient of -75.69, meaning that tourists who visit Turkey in spring decrease the revenue per tourist by approximately \$76 compared to winter. Autumn has the same characteristics as spring, and tourists in autumn, having the coefficient -14.51, decrease revenue per capita by approximately \$15. Summer, however, has a positive correlation with revenue per capita. Having a 79.06 coefficient, the tourists in quarter 3 increase the revenue per tourist by approximately \$80.

Syria has the biggest positive impact in country dummies. With a 703.65 coefficient, tourists from Syria increase the revenue per capita by approximately \$704. Following this is Azerbaijan, with a coefficient of 400.35, increasing the revenue per capita by approximately \$400.

Year dummies accounts for the impact of years on the dependent variable: the biggest positive coefficient is 2014 with respect to 2006 (omitted year).

OLS, although being a good estimation can be biased due to correlations. Most importantly, the increase in revenue per capita through dependent variable may or may not be through policy. To overcome this problem, a second estimation strategy is necessary.

### **5.2.2 The Instrumental Variable (IV) Analysis**

The OLS estimation shows that there is a positive relationship between tertiary share and revenue per capita increase. Additionally, the policy dummy also has a positive relationship with revenue per capita. However, in order to make sure that this relationship is through the instrument of policy variable, I also employ Instrumental Variable Analysis. In this analysis, being a 2-step analysis shows the effect of the policy variable on the tertiary share and the effect of the tertiary share on revenue per capita.

In the Appendix, Table A3, the IV1 column shows the IV analysis with the outcome variable revenue per capita; the treatment variable tertiary share and the instrument policy variable. The Western European dummy and quarter dummies are also included in the estimation as control variables. The IV2 column high income share is also included in the estimation in order to cross-check whether high income share has any impact on the relationship between them. The IV3 and IV4 column includes all of the control variable neighboring countries, Western European countries and high income share for a better estimation of the first three instrumental variables' estimations. All of the equations include quarter dummies as control variables.

The IV1 first stage results show that tertiary share has a positive relationship with policy. As per the coefficient of the policy variable, the policy has a 7 % impact on tertiary share in the first stage regression. Table 1 IV1 provides second stage results of the IV estimate. Tertiary share impacts the revenue per capita approximately by \$1,458. Since first stage estimates suggest that policy increased visitors with tertiary education by 7%, the net effect is \$102 (1,458 times 7%). In the second stage, Western European countries also have an impact on the revenue per capita. Western Europe Countries impact revenue with a \$164.69 increase per tourist. The summer season also has an impact on revenue per capita. Tourists who visit the country in the summer impact revenue per capita by approximately \$90.

In Appendix Table A3 IV2, where high income share is also included as the control variable, the policy variable's impact on tertiary share is 7.5%. The result is highly significant ( $t= 4.65$ ). In the second stage, the relationship between the tertiary share and revenue per capita is positive. Tertiary share, with 7.5% impact on policy, impacts the revenue per capita with an approximately \$1,465 increase (net effect is:  $1,465 \text{ times } 7.5\% = \$110$ ). In the second stage, high income share is negative and insignificant. The summer season has a positive relationship with the revenue per capita, increasing the revenue per capita by \$89.30, whereas autumn and spring have a negative impact. The coefficient estimate for tertiary share in the second stage is \$1,465 (net effect is:  $1,465 \text{ times } 7.5\% = \$110$ ). In Appendix Table IV3 and IV4 in which all of the control variables, neighboring countries, Western European countries and high income share are included, the policy variable impacts the tertiary share by 7.5% and is highly significant ( $t= 4.94$ ).<sup>9</sup>

The Instrumental Variable analysis is very useful in explaining the causal relationship between the instrument and the dependent variable; however it has a tendency to be biased by path dependency, meaning that revenue per capita and visitor from each country data may suffer from serial correlations. As a consequence, I also employed another panel data estimation with Regression Discontinuity Design.

### **5.2.3 Panel Data analysis**

Tertiary share is regressed with the policy including year dummies, high income share, and quarter dummies restricting revenue per capita between \$166 and \$2,000, in order to eliminate the outliers' effect. I used fixed effect analysis to be able to avoid the country specific time invariant unobservable effects which may affect the estimation.

Appendix Table A4 provides the full results for four different estimations. In the RDD1 column, I regress tertiary share with policy, including high income share and year dummies as well as quarter dummies, keeping revenue per capita restricted between \$166 and \$2,000.

---

<sup>9</sup> In the IV4 estimation, instead of "cluster", "robust" method is used due to the fact that the number of instruments exceeded the number of clusters when country dummies were included.

The estimation results start to get significant after year 5, which is year corresponding to 2010, the coefficients start to be positive whereas in the years before 2010, the coefficients are negative thereby statistically insignificant. Additionally, there is a positive correlation between tertiary share and high income share which is around 33%.

Table A4 RDD2 column provides the estimates for tertiary share impact on revenue per capita. The year dummies 2013 and 2014 have the highest coefficients, therefore the highest impacts on the tertiary share. Summer has a significant impact with coefficient 79.14. The coefficient of tertiary share is \$581. The mean of the tertiary share is 0.55. Therefore, by multiplying the coefficient by the mean of the tertiary share, the estimation result is that tertiary share results in a \$320 increase in revenue per capita. High income share is not significant.

Table A4 RDD3 column provides the results for the interaction term. When interacted with the policy variable tertiary share (tertiary share 1), the coefficient is approximately \$332. The mean of the tertiary share in the after policy period is 0.58. When \$332 is multiplied by the mean 0.58, one percent increase in the tertiary share after policy change results in an approximately \$192 increase in revenue per capita. When I exclude the years 2016 and onwards, in order to avoid the potential effects of the Jet Fighter crisis with Russia or the effect of the coup attempt, the coefficient estimates are very similar, \$318.

The estimations made above provide results with linearity assumption; however, the actual causal relationship may or may not be linear for one or both of the running variables – tertiary share and high income share (Angrist & Pischke , 2015) In order to estimate the quadratic (curvature) structure in the estimation, I added the “interaction term “ so that the treatment variable and the dummy variable interact with each other and are centered near the cutoff (Angrist & Pischke , 2015)

$$\begin{aligned}
 REVC = & \alpha + \rho Pc + \gamma(TSc1 - TSc0) + \gamma(HIc1 - HIc0) + \sigma [(TSc1 - TSc0)Pc] \\
 & + \sigma[(HIc1 - HIc0)Pc + ec^{10}
 \end{aligned}
 \tag{5.1}$$

---

<sup>10</sup> TSc= Tertiary Share per country , TSc0=the cutoff TSc , HIc= High Income Share per country, HIc0= the cutoff HIc

Table A4 RDD4 column provides the results for the above equation.

The result shows that \$1,326 is the highest coefficient of tertiary share impact on revenue per capita. This corresponds to  $\$1,325 \times \text{mean } 0.58 = \$769$  increase in revenue per capita. With the inclusion of tertiary share square, the results show that after tertiary share interacted with policy has a negative value (-488) of which square has a coefficient of 809. Having the highest point at coefficient 1,757, the function of the tertiary share is a downward sloping curve with a peak of \$1,757 which means an impact of \$1,019 per share on revenue per capita increase. The minimum of the tertiary share is coefficient -1,325 which increases to -488 after interacted with the policy dummy. This shows that the tertiary share curve is upward sloping before the policy cutoff year (2011) and is upward sloping after the cutoff.

#### **5.2.4 Alternative Analysis with Policy Dummy 2010**

In order to test the effectiveness of the policy variable, I make a second estimation with the alternative policy dummy. I denote the policy variable as 2010 in the second estimation. The results are similar to those for 2011 and are listed in Tables A6 and A7 in the Appendix.

For the Instrumental Variables Analysis, I make five different estimations. The OLS result for the tertiary share coefficient is very similar to the estimation result for policy dummy 2011. In Table A6, the IV1 result provides the coefficient of approximately \$1,481, whereas the same estimation coefficient for policy 2011 case is \$1,458. The IV2 result in Table A6 in which high income is included has the coefficient of tertiary share \$1,478. The coefficient for tertiary share for policy 2011 is \$1,465. Table A6 Equation 4 provides the results with Neighboring Countries and Western European Countries added estimations. IV3 includes countries and IV4 years as well. The results are similar to the results with policy dummy 2010.

For the RDD Analysis, I make four estimations. Table A7 in the Appendix provides the full results. RDD1 baseline result is 33 percent coefficient for high income share, which is the same as the estimation with policy variable 2011. Other results are also similar. Table A7 provides full results for Regression Discontinuity Design and two alternative analyses provide similar results.

### 5.2.5 Robustness Analysis

Although I had some idea of the results so far, I still needed to apply some more estimations to the analysis, in order to make sure the result is as near to “no error” as possible. When the general trend has been checked, there is a sharp decrease in 2015. 2015 is the year when there was a political crisis between Turkey and Russia, which might have affected the outcome. Another point to bear in mind is the Western European Countries’ effect. As mentioned before, these countries’ income level is already higher than that of other visitors who visit Turkey. Although their average income effect has already been tested within OLS, IV and RDD analysis above, their effect was estimated as a dummy variable, but its robustness itself still needs to be checked.

In this sense, robustness analysis in this study is made on two cases. First on the case of Russia in 2015; second on the case of Western Countries. Appendix Table A5 has the full list of the results.

The robustness analysis provides estimates for special cases. In the estimations above, the year dummy corresponding to 2015 includes the highest results. In this sense, due to the 2015 Russia crisis, I drop the country dummy Russia and estimate the result again. In this case, the coefficient of tertiary share after 2011 is \$347. The mean is 0.58. Multiplied by the mean one percent increase in tertiary share without Russia leads to an approximately \$201 increase in revenue per capita.

Appendix Table A5 RDD3 (Without Russia) column provides the robustness estimate of the (Russia) dropped case of instrumental variables analysis. The first stage estimation results in the policy impact of an approximate 3.6%. The second stage estimation provides the coefficient for tertiary share of approximately \$1,354. The estimated effect is \$49. Another point to double check is the situation of Western European countries. In order to understand the impact of Western European countries, I make another estimation including only Western European countries. Table A5 RDD3 (Only Western Europe) Column provides the results for this estimation. The coefficient of the estimation is \$302. This provides the insight that multiplied by its mean 0.58 after 2011, the impact of western countries’ one percent increase in tertiary share leads to an increase of \$175 revenue per capita.

### 5.3 DISCUSSION

Table 5.1 below has the summary of all models I have mentioned above, excluding the quadratic RDD estimation and alternative policy dummy variable estimations. The table includes the results for tertiary share, high income share and tertiary share interacted with policy share.

The coefficients of the tertiary share in the table when high income share is also included in the estimation changes from an approximate \$437 to \$590 with IV and RDD robust estimations. In RDD, Policy and Tertiary Share interaction shows the effect of policy (ranging from \$300 to \$350). With the mean of 0.58 after 2010, this corresponds to revenue per capita of \$170- \$200. The IV results are also significant. In the IV coefficients, the values range around an approximate average \$1,400. With the effect of policy on tertiary share being around 0.075, the impact of the tertiary share on revenue per capita is on average \$110 increase. In the robustness analysis of this instrumental variables analysis, which is the third estimation of the robustness analysis, the coefficient of \$1,354 corresponds to a one percent increase of tertiary share on \$49 impact on revenue per capita increase. As I mentioned under Regression discontinuity design equation 5, explanation of the curve starts from a negative with a positive trend after the policy dummy year 2011, meaning that it has an upward slope. After tertiary share is interacted with policy variable, it reaches its peak at \$1,757. The minimum significant coefficient of the tertiary share interacted with policy is Regression discontinuity design equation 3 and 4, with coefficients 129 and 138, which corresponds to an impact of approximately \$75-\$80 on the revenue per tourist. These results provide the basis to accept the hypothesis that the education level of the tourist impacts on the revenue per tourist increase positively and the new Turkish Tourism Strategy for 2023 and the Action Plan for 2013 are effective.

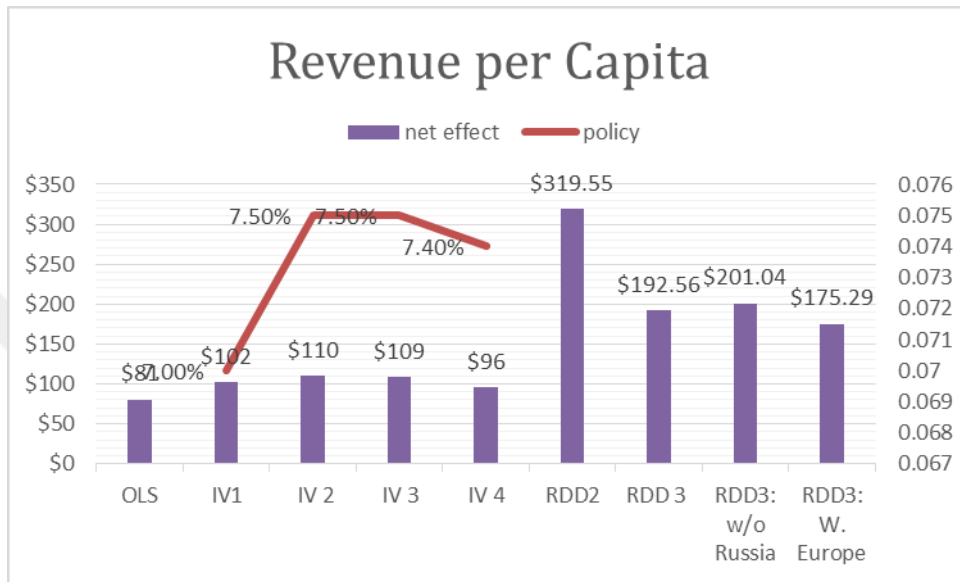
**Table 5.1 All Estimation Comparisons (OLS & IV)**

	<b>OLS Eq1</b>	<b>IV 1</b>		<b>IV 2</b>		<b>IV 3</b>		<b>IV 4</b>		<b>IV Panel w/o Russia</b>	
Tertiary Share		1458.32	***	1465.11	***	1448.71	***	1303.45	***	1354.7	*
		(441.19)		(390.35)		(404.09)		(140.96)		(739.99)	
Policy	80.69										
	(53.02)										
Policy * Tertiary Share											
High Income Share				-140.65		-73.72		-603.1197	***	-635.2	**
				(561.78)		(400.52)		(98.56)		(294.6)	
Country groups	Yes	No		Yes		Yes		Yes		Yes	
Year effects	Yes	No		No		No		No		Yes	
Country effects	Yes	No		No		No		Yes		Yes	
Policy coefficient first stage:		0.07	***	0.076	***	0.075	***	0.075	***	0.036	**
Under Identification		13.79	***	12.74	***	13.7	***			6.07	**
Weak Identification		25.56	***	21.66	***	24.44	***			7.42	
Number of observations	1440	1440		1440		1440		1440		1390	
R-squared	0.64	0.02		-0.05		0.07		0.55		0.14	



**Table 5.2 All Estimation Comparisons (RDD)**

	<b>RDD2</b>		<b>RDD3</b>		<b>RDD4</b>		<b>RDD3: w/o Russia</b>		<b>RDD3: W. Europe</b>	
Tertiary Share	581.29	*	413.34		1756.772	*	436.79		-300.66	*
	(303.42)		(344.37)		(995.47)		(357.81)		(158.6)	
Policy			-129.23		35.78198		-128.38		-111.32	
			(77.52)		(107.79)		(78.23)		(62.25)	
Policy * Tertiary Share			331.92	***	-487.7178		346.62	***	302.23	**
			(114.11)		(456.15)		(115.68)		(99.8)	
High Income Share	-366.04		-388.33		-392.4137		-413.4		356.91	**
	(267.53)		(282.52)		(242.97)		(287.81)		(153.87)	
Country groups	No		No		No		No		No	
Year effects	Yes		Yes		Yes		Yes		Yes	
Country effects	Yes		Yes		Yes		Yes		Yes	
Policy coefficient first stage:										
Under Identification										
Weak Identification										
Number of observations	1439		1439		1181		539		1390	
R-squared	0.31		0.32		0.37		0.33		0.56	



**Figure 5.1** Revenue per capita all estimations

## 6 CONCLUSION

In this thesis, I studied the impacts of Tourism Strategy of Turkey – 2023 and the Action Plan for 2013. The strategy aims at shifting Turkish Tourism from the mass and sun-sea-sand type of holiday to cultural and alternative tourism types. In this sense both due to data limitations and the guidance of the literature review, I examined the increase in tourists who are interested in cultural tourism and the impact of this on revenue per capita.

In analyzing the impacts, I used three kinds of estimation methods in an attempt to isolate the results from any other effects. Since tourism has both demand side and supply side effects, it is necessary to take as many independent variables as possible into account. The tourists who are interested in cultural and heritage tourism are mostly visitors with high income and more education. Other than income level, which can be affected by many other external variables, in my hypothesis, the more educated the tourists, the more revenue per capita increase and therefore responsive to the Tourism Strategy of Turkey. This main idea helped construct my research question: “Does new Strategy really have an impact on the revenue per capita increase?” Using three methods of estimations – OLS regression, Instrumental Variable Analysis and Regression Discontinuity Design - I empirically found out that there is a causal relationship between a tertiary education share of the tourists from a country and revenue per tourist from that country. In all of the three analysis results, the policy variable returns statistically and economically significant results. The policy variable increases tertiary share by 7 to 7.5% and the tertiary share increases revenue per capita by \$103 to \$192 per tourist. High Income Share results are not statistically significant and do not suggest any causal relationship with revenue per capita.

In the light of these findings, it can be recommended that having a lot more strengths both in terms of cultural tourism and other types of tourism products such as marine and yacht tourism, and golf tourism, Turkey should focus more on this strategy and continue with the investments on these strong areas. Not only investments but also the protection and promotion of heritage and cultural sites are important. The improvement should continue to be followed up and be supported with complementary investments such as airports and transportation.

In the estimations, I could only use education level and income level shares as proximities.

However, if the data for specific types of tourism products can be obtained, and like purpose of the visit each carefully examined in tourism data, then more specific estimations can be made. This is not only a data limitation but also a conceptual limitation, because it is possible that a tourist visiting Turkey for leisure purposes may use other types of products of cultural tourism as well.

Another point to analyze, to find the net effect, can be whether the impact of a focus on cultural tourism has led to a downfall in the revenue from the sun-sea-sand type of tourism. However most of the time the investment plans for this type of tourism product are made beforehand upon a predicted number of tourists for high and low seasons, and the total number of tourists has a general tendency to increase (except for any sudden external change). However, this can still be further checked with empirical analyses.

There are still other things that should be estimated further in other studies. If the TURKSTAT data can be obtained for cultural, heritage, golf, winter and other categories separately, the cultural and heritage holiday type of tourism's contribution can be analyzed more deeply. A further study can be made on whether this per capita revenue increase is reflected in the development of the tourism areas and returns as an employment level increase in these areas. If tourists are more educated, are the employees of the tourism industry getting more educated as well? These kinds of questions can still be further analyzed.

## REFERENCES

- Angrist, J. D. & Pischke, J.-S. (2015) *Mastering Metrics: The Path from Cause to Effect*. Oxfordshire: Princeton University Press.
- Atli, H., Kartal, B. & Tepeci, M., 2015. 'Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective'. *Tourism Review of AIEST - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 70(3), pp. 214-231.
- Barquet, A., Brida, J., Osti, L. & Schubert, S., 2011. 'An analysis of tourists' expenditure on winter sports events through the Tobit censored model'. *Tourism Economics*, 17(6), pp. 1197-1217.
- Baysan, S., 2001. 'Perceptions of the environmental impacts of tourism: A comparative study of the attitudes of German, Russian and Turkish tourists in Kemer, Antalya'. *Tourism Geographies*, 3(2), pp. 218-235.
- Becken, S. & Gnoth, J., 2004. 'Tourist consumption systems among overseas visitors: reporting on American, German, and Australian visitors to New Zealand'. *Tourism Management*, 25(3), pp. 375-385.
- Chhabra, D., Healy, R. & Sills, E., 2003. 'Staged authenticity and heritage tourism'. *Annals of Tourism Research*, 30(3), pp. 702-719.
- García-Sánchez, A., Fernández-Rubio, E. & Collado, M., 2013. 'Daily expenses of foreign tourists, length of stay and activities: Evidence from Spain'. *Tourism Economics*, 19(3), pp. 613-630.
- Harrill, R., 2004. 'Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning'. *Journal of Planning Literature*, 18(3), pp. 251-266.
- Hughes, H., 2002. 'Culture and tourism: A framework for further analysis'. *Managing Leisure*, 7(3), pp. 164-175.
- Hughes, H. & Allen, D., 2005. 'Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of 'induced image formation agents''. *Tourism Management*, 26(2), pp. 173-183.
- Jang, S. S., O'Leary, J. T., Hong, G. & Bai, B., 2004. 'Understanding travel expenditure patterns: a study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level'. *Tourism management*, 25(3), pp. 331-341.
- Kim, H., Cheng, C. K. & O'Leary, J. T., 2007. 'Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions'. *Tourism management*, 28(5), pp. 1366-1371.
- Kozak, M., 2001. 'An analysis of tourist spending and its determinants'. *Anatolia*, 12(2), pp. 196-202.
- Kozak, M., 2002. 'Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations'. *Tourism management*, 23(3), pp. 221-232.
- Lee, C. K., Lee, Y. K. & Wicks, B. E., 2004. 'Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction'. *Tourism management*, 25(1), pp. 61-70.

- Louca, C., 2006. 'Income and expenditure in the tourism industry: time series evidence from Cyprus'. *Tourism Economics*, 12(4), pp. 603-617.
- Molera, L. & Albaladejo, I. P., 2007. 'Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain'. *Tourism management*, 28(3), pp. 757-767.
- Morley, C. L., 1998. 'A dynamic international demand model'. *Annals of Tourism Research*, 25(1), pp. 70-84.
- Mykletun, R. J., Crofts, J. C. & Mykletun, A., 2001. 'Positioning an island destination in the peripheral area of the Baltics: a flexible approach to market segmentation'. *Tourism Management*, 22(5), pp. 493-500.
- Nguyen, T. & Cheung, C., 2014. 'The classification of heritage tourists: A case of Hue City, Vietnam'. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), pp. 35-50.
- Nicolau, J. L. & Más, F. J., 2005. 'Heckit modelling of tourist expenditure: Evidence from Spain'. *International Journal of Service Industry Management*, 16(3), pp. 271-293.
- Perez, E. & Juaneda, S., 2000. 'Tourist expenditure for mass tourism markets'. *Annals of tourism research*, 27(3), pp. 624-637.
- Prasad, C. B. V. & Rani, M. R. J., 2015. 'A study on religious tourism in India with special reference to the states of Andhra Pradesh and Telangana'. *ASBM Journal of Management*, 8(2), pp. 108-124.
- Richards, G. & Van der Ark, L., 2013. 'Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis'. *Tourism Management*, Cilt 37, pp. 71-76.
- Shani, A., Wang, Y., Hutchinson, J. J. & Lai, F., 2010. 'Applying Expenditure-based Segmentation on Special-Interest Tourists: The Case of Golf Travelers'. *Journal of Travel Research*, 49(3), pp. 337-350.
- Sharpley, R., 2002. 'Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus'. *Tourism Management*, 23(3), pp. 233-244.
- Silberberg, T., 1995. 'Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites'. *Tourism Management*, 16(5), pp. 361-365.
- T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007a. Tourism Strategy of Turkey -2023 and Activity Plan for Tourism Strategy of Turkey 2007-2013, Ankara: T.R. Ministry of Tourism and Culture Publications, pp. 1-81 (Turkish Version)
- T.R.Ministry of Tourism and Culture, 2007b. Tourism Strategy of Turkey -2023, Ankara: T.R. Ministry of Tourism and Culture Publications, pp. 1-61 (English Version)
- Tosun, C., 2002. 'Host perceptions of impacts: A comparative tourism study'. *Annals of Tourism Research*, 29(1), pp. 231-253.
- TURKSTAT, 2018a. Analytical Framework, Concepts, Definitions, and Classifications (Tourism Statistics). [Online]
- Available at: [http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)
- [Access: 14 April 2018].

TURKSTAT, 2018b. Characteristics of Basic Data Sources. [Online]

Available at: [http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)

[Access: 14 April 2018].

TURKSTAT, 2018c. Statistics by Theme (Tourism Statistics). [Online]

Available at: [http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)

[Access: 14 April 2018].

Yesilyurt, S., Ogut, K. & Yurtseven, C., 2018. 'Kazakistan-Turkiye Saglik Turizmi: Saglik Sektorlerine Bakis ve Potansiyeller. (Health Tourism between Kazakhstan and Turkey: Outlook on Health Sectors and Potentials. With English summary'. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), pp. 57-74).



# CURRICULUM VITAE

## Personal Information

Name and Surname : Cigdem ERTEKIN  
Birth Place and Date : Istanbul, 14.10.1983

## Education

Bachelor's Degree : Bosphorus University Tourism Administration  
Master of Thesis : Kadir Has University Economics (Thesis)  
Languages : English, German, Russian

## Job Experience

- UPS TURKEY & UPS SCS: July 2011- April 2018
- GLOBAL TOURISM& ORGANISATION: May 2011-July 2011
- CELEBI GROUND HANDLING AS & CELEBI HOLDING: May 2008- May 2011
- SWISSOTEL THE BOSPHORUS: September 2007 – September 2008
- GURIS IMP. EXP. AND MARKETING CO. INC ( GURIS HOLDING): February 2006- June 2006

## Accomplishments

- 2015 - The best employee in International Operations – UPS TURKEY
- 2016 -The best problem solver award – UPS TURKEY
- 2016- The best customer solution provider – from a specific customer

## Communication Details

Phone : 0530 203 51 77  
E-mail :ertekincgdm@gmail.com



## APPENDIX A

### TABLE A1: SUMMARY STATISTICS

Summary statistics: by country	N, categories	p50, of:	mean, country	sd
	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Australia</b>				
N	49	49	49	49
Median	1047.97	31557	0.66	0.29
Mean	1083.97	33405	0.66	0.29
Standard Deviation	207.74	21310	0.07	0.06
<b>Austria</b>				
N	49	49	49	49
Median	867.01	78669	0.34	0.19
Mean	892.74	90433	0.34	0.19
Standard Deviation	170.30	44667	0.07	0.03
<b>Azerbaijan</b>				
N	49	49	49	49
Median	661.47	123368	0.31	0.13
Mean	651.88	126202	0.33	0.13
Standard Deviation	127.52	33945	0.08	0.04
<b>The Commonwealth of Independent States</b>				
N	49	49	49	49
Median	746.76	181464	0.56	0.13
Mean	766.17	201618	0.52	0.13
Standard Deviation	122.30	92639	0.13	0.03
<b>Belgium</b>				
N	49	49	49	49
Median	767.91	88585	0.47	0.25
Mean	811.13	102281	0.48	0.24
Standard Deviation	172.84	59515	0.06	0.05

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Bulgaria</b>				
N	49	49	49	49
Median	263.12	374080	0.39	0.13
Mean	276.52	368212	0.38	0.13
Standard Deviation	67.67	73941	0.10	0.05
<b>Denmark</b>				
N	49	49	49	49
Median	787.17	56819	0.50	0.32
Mean	786.79	65503	0.49	0.32
Standard Deviation	153.80	39719	0.10	0.07
<b>Other European Countries</b>				
N	49	49	49	49
Median	598.72	270565	0.57	0.21
Mean	614.05	288362	0.57	0.21
Standard Deviation	101.70	133852	0.05	0.04
<b>Other East Asian Countries</b>				
N	49	49	49	49
Median	931.97	46689	0.74	0.24
Mean	984.64	52516	0.72	0.25
Standard Deviation	297.87	22968	0.10	0.06
<b>Other South Asian Countries</b>				
N	49	49	49	49
Median	1012.65	30141	0.81	0.35
Mean	1021.50	34737	0.79	0.35
Standard Deviation	258.19	15560	0.07	0.07
<b>France</b>				
N	49	49	49	49
Median	864.29	161911	0.59	0.32
Mean	898.66	172728	0.61	0.33
Standard Deviation	161.02	80923	0.06	0.09
<b>Germany</b>				
N	49	49	49	49

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Median</b>	759.61	981674	0.32	0.18
<b>Mean</b>	793.21	934150	0.33	0.18
<b>Standard Deviation</b>	144.41	352287	0.09	0.03
<b>Georgia</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	303.49	316055	0.22	0.05
<b>Mean</b>	304.00	344702	0.24	0.05
<b>Standard Deviation</b>	113.93	165641	0.09	0.04
<b>The Netherlands</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	819.36	211779	0.53	0.27
<b>Mean</b>	832.30	212539	0.53	0.28
<b>Standard Deviation</b>	170.33	101953	0.11	0.05
<b>Japan</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	951.77	38701	0.76	0.18
<b>Mean</b>	990.75	35032	0.74	0.19
<b>Standard Deviation</b>	230.24	13440	0.09	0.08
<b>Canada</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	819.69	35990	0.79	0.36
<b>Mean</b>	918.68	34824	0.78	0.36
<b>Standard Deviation</b>	292.94	16910	0.08	0.06
<b>OECD Countries</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	806.35	185074	0.62	0.28
<b>Mean</b>	828.53	260254	0.62	0.28
<b>Standard Deviation</b>	141.02	209148	0.10	0.05
<b>Russia</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	682.65	417510	0.74	0.11
<b>Mean</b>	687.14	594522	0.70	0.12
<b>Standard Deviation</b>	108.78	462766	0.13	0.03
<b>Syria</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	642.20	74687	0.35	0.20
<b>Mean</b>	945.17	91551	0.37	0.22
<b>Standard Deviation</b>	568.36	60273	0.20	0.08

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Tunisia</b>				
N	49	49	49	49
Median	1239.44	18591	0.62	0.25
Mean	1678.09	17547	0.61	0.26
Standard Deviation	1781.28	6375	0.13	0.08
<b>USA</b>				
N	49	49	49	49
Median	929.49	164473	0.86	0.39
Mean	977.02	150433	0.86	0.39
Standard Deviation	231.30	64968	0.03	0.06
<b>Ukraine</b>				
N	49	49	49	49
Median	669.94	139587	0.76	0.13
Mean	666.69	143782	0.71	0.14
Standard Deviation	139.96	82460	0.12	0.04
<b>Greece</b>				
N	49	49	49	49
Median	392.59	154979	0.39	0.13
Mean	406.80	149655	0.41	0.13
Standard Deviation	131.43	39239	0.09	0.05
<b>United Kingdom</b>				
N	49	49	49	49
Median	795.85	437310	0.60	0.25
Mean	780.34	438917	0.60	0.25
Standard Deviation	131.70	262079	0.06	0.05
<b>Iran</b>				
N	49	49	49	49
Median	630.92	350748	0.43	0.17
Mean	642.81	344246	0.40	0.17
Standard Deviation	254.01	139990	0.18	0.05
<b>Spain</b>				
N	49	49	49	49
Median	724.36	51228	0.75	0.23
Mean	759.05	57502	0.73	0.24
Standard Deviation	178.10	29926	0.06	0.04
<b>Israel</b>				
N	49	49	49	49
Median	688.08	45905	0.64	0.29
Mean	768.55	56745	0.63	0.31

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Standard Deviation</b>	348.76	37887	0.09	0.09
<b>Sweden</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	842.65	91756	0.52	0.30
<b>Mean</b>	866.56	92950	0.50	0.31
<b>Standard Deviation</b>	167.11	57337	0.09	0.05
<b>Switzerland</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	881.24	55010	0.42	0.27
<b>Mean</b>	916.58	59512	0.42	0.27
<b>Standard Deviation</b>	165.25	26583	0.07	0.05
<b>Italy</b>				
<b>N</b>	49	49	49	49
<b>Median</b>	712.04	104128	0.53	0.16
<b>Mean</b>	713.04	122324	0.53	0.17
<b>Standard Deviation</b>	140.20	69942	0.08	0.04
<b>Total</b>				
<b>N</b>	1470	1470	1449	1470
<b>Median</b>	774.08	104593	0.56	0.23
<b>Mean</b>	808.78	189239	0.55	0.23
<b>Standard Deviation</b>	457.09	238856	0.19	0.10

**Table A2: SUMMARY STATISTICS BEFORE AND AFTER 2010**

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Australia</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	1020.57	28284	0.65	0.32	1070.14	32670	0.66	0.29
<b>Mean</b>	1054.07	27766	0.65	0.30	1104.60	37294	0.67	0.28
<b>Standard Deviation</b>	171.92	12,997	(.07)	(.08)	(229.88)	(25010)	(.06)	(.05)
<b>Austria</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	811.27	81694	0.31	0.18	890.54	78669	0.37	0.19
<b>Mean</b>	869.40	93650	0.30	0.18	908.83	88214	0.37	0.19
<b>Standard Deviation</b>	(204.14)	(45703)	(.05)	(.03)	(144.16)	(44613)	(.07)	(.03)
<b>Azerbaijan</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	580.50	100261	0.28	0.12	690.37	131653	0.37	0.13
<b>Mean</b>	571.96	102783	0.28	0.12	707.00	142353	0.37	0.14
<b>Standard Deviation</b>	(92.01)	(16900)	(.03)	(.04)	(120.1)	(33460)	(.08)	(.05)
<b>The CIS</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	744.39	147967	0.59	0.14	751.92	207570	0.51	0.12
<b>Mean</b>	768.93	153146	0.53	0.14	764.26	235047	0.52	0.12
<b>Standard Deviation</b>	(98.13)	(57361)	(.15)	(.03)	(138.19)	(98203)	(.12)	(.02)
<b>Belgium</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	705.38	81425	0.44	0.23	797.96	89527	0.49	0.26
<b>Mean</b>	785.66	98575	0.45	0.23	828.69	104836	0.49	0.25
<b>Standard Deviation</b>	(200.27)	(59733)	(.06)	(.05)	(152.37)	(60285)	(.06)	(.04)

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Bulgaria</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	277.36	334363	0.29	0.14	258.75	401065	0.44	0.12
<b>Mean</b>	299.14	332549	0.31	0.13	260.91	392806	0.43	0.13
<b>Standard Deviation</b>	(72.85)	(59124)	(.1)	(.05)	(60.25)	(73929)	(.07)	(.05)
<b>Denmark</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	804.40	50418	0.43	0.37	781.99	65697	0.54	0.28
<b>Mean</b>	837.03	54758	0.44	0.36	752.14	72914	0.53	0.29
<b>Standard Deviation</b>	(198.31)	(33563)	(.07)	(.07)	(104.01)	(42435)	(.09)	(.05)
<b>Other European Countries</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	675.03	258335	0.55	0.22	562.73	270565	0.58	0.21
<b>Mean</b>	664.70	310800	0.55	0.22	579.11	272888	0.58	0.20
<b>Standard Deviation</b>	(100.93)	(180197)	(.04)	(.05)	(87.87)	(89847)	(.06)	(.04)
<b>Other East Asian Countries</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	762.91	44528	0.74	0.24	1084.12	54367	0.70	0.25
<b>Mean</b>	771.61	42256	0.72	0.26	1131.56	59592	0.72	0.24
<b>Standard Deviation</b>	(139.58)	(10750)	(.1)	(.07)	(290.02)	(26436)	(.11)	(.06)
<b>Other South Asian Countries</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	808.93	24476	0.76	0.34	1148.74	39423	0.83	0.35
<b>Mean</b>	866.04	22079	0.75	0.34	1128.72	43467	0.83	0.36
<b>Standard Deviation</b>	(223.1)	(6006)	(.08)	(.07)	(226.57)	(14043)	(.05)	(.08)

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>France</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	806.72	150483	0.58	0.26	891.64	170549	0.64	0.40
<b>Mean</b>	875.02	162200	0.58	0.25	914.96	179989	0.63	0.38
<b>Standard Deviation</b>	(189.44)	(73683)	(.04)	(.06)	(139.37)	(86070)	(.06)	(.07)
<b>Germany</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	765.60	942966	0.34	0.17	758.73	1200000	0.32	0.18
<b>Mean</b>	808.58	875235	0.32	0.17	782.61	974782	0.34	0.19
<b>Standard Deviation</b>	(175.)	(283357 )	(.04)	(.03)	(121.17)	(392532)	(.11)	(.03)
<b>Georgia</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	332.07	186596	0.29	0.05	244.08	446935	0.19	0.04
<b>Mean</b>	370.09	200420	0.31	0.06	258.42	444206	0.19	0.04
<b>Standard Deviation</b>	(124.24)	(70584)	(.1)	(.04)	(80.65)	(136124)	(.04)	(.03)
<b>The Netherlands</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	846.44	205329	0.47	0.31	814.10	235489	0.59	0.26
<b>Mean</b>	875.35	206104	0.45	0.30	802.61	216976	0.58	0.26
<b>Standard Deviation</b>	(192.51)	(97278)	(.08)	(.06)	(149.51)	(106525)	(.09)	(.04)
<b>Japan</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	835.14	39146	0.69	0.18	1103.62	37461	0.77	0.19
<b>Mean</b>	853.68	38682	0.70	0.18	1085.28	32514	0.77	0.20
<b>Standard Deviation</b>	(159.71)	(7101)	(.09)	(.04)	(225.6)	(16104)	(.08)	(.1)



	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Canada</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	743.64	35770	0.76	0.36	1030.66	39188	0.81	0.37
<b>Mean</b>	763.14	31370	0.75	0.37	1025.94	37207	0.80	0.36
<b>Standard Deviation</b>	(211.78)	(14481)	(.08)	(.06)	(295.77)	(18263)	(.07)	(.06)
<b>OECD Countries</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	828.85	101151	0.54	0.31	789.96	285500	0.67	0.26
<b>Mean</b>	849.53	143982	0.55	0.31	814.05	340441	0.68	0.26
<b>Standard Deviation</b>	(155.23)	(141093)	(.06)	(.07)	(131.17)	(212516)	(.08)	(.03)
<b>Russia</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	640.80	382653	0.71	0.10	691.94	417510	0.76	0.12
<b>Mean</b>	657.08	501228	0.64	0.11	707.87	658862	0.74	0.12
<b>Standard Deviation</b>	(104.68)	(355972)	(.17)	(.03)	(108.44)	(520220)	(.07)	(.03)
<b>Syria</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	501.19	86142	0.20	0.31	1445.73	52770	0.55	0.18
<b>Mean</b>	489.59	108421	0.23	0.29	1259.36	79917	0.47	0.18
<b>Standard Deviation</b>	(116.36)	(54469)	(.09)	(.08)	(542.29)	(62217)	(.19)	(.05)
<b>Tunisia</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	1225.76	11164	0.47	0.25	1293.95	22125	0.67	0.25
<b>Mean</b>	2130.03	11277	0.51	0.26	1366.40	21871	0.67	0.25
<b>Standard Deviation</b>	(2725.94)	(2204)	(.12)	(.1)	(388.06)	(4350)	(.1)	(.07)

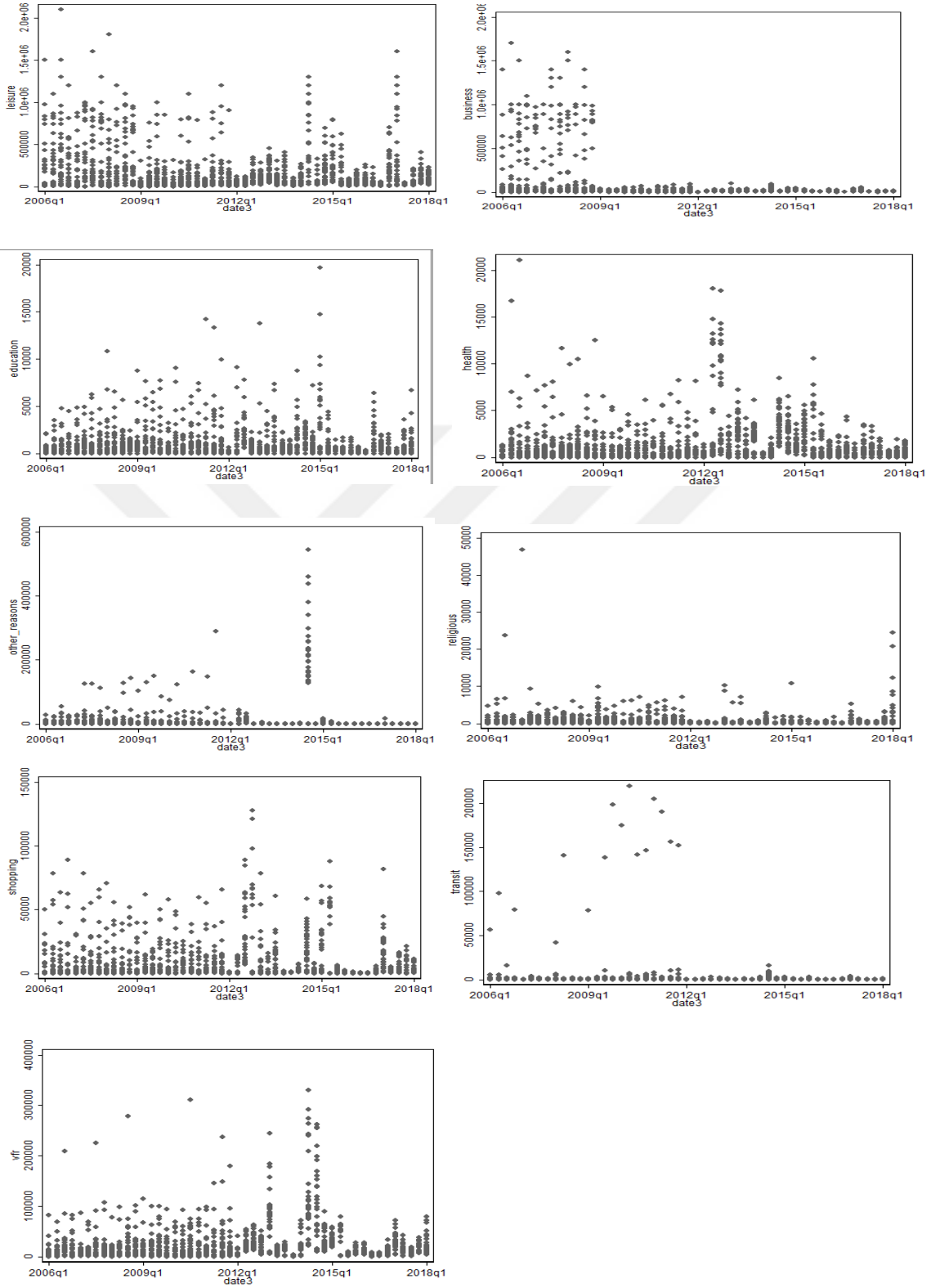
	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>USA</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	812.16	161810	0.85	0.42	1047.66	165839	0.87	0.39
<b>Mean</b>	838.86	144787	0.85	0.41	1072.31	154327	0.86	0.38
<b>Standard Deviation</b>	(159.96)	(54142)	(.03)	(.06)	(226.52)	(72167)	(.03)	(.05)
<b>Ukraine</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	623.65	101276	0.71	0.13	679.70	150186	0.77	0.13
<b>Mean</b>	620.82	119010	0.65	0.13	698.33	160867	0.75	0.14
<b>Standard Deviation</b>	(106.81)	(62092)	(.15)	(.04)	(152.65)	(91103)	(.08)	(.04)
<b>Greece</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	510.77	123750	0.36	0.15	318.29	164723	0.43	0.11
<b>Mean</b>	513.11	126985	0.38	0.16	333.48	165289	0.43	0.10
<b>Standard Deviation</b>	(110.52)	(39500)	(.09)	(.04)	(87.66)	(30990)	(.09)	(.04)
<b>United Kingdom</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	769.91	407976	0.59	0.25	824.87	447502	0.61	0.25
<b>Mean</b>	774.06	423637	0.58	0.25	784.67	449456	0.62	0.25
<b>Standard Deviation</b>	(145.49)	(265010)	(.07)	(.06)	(123.78)	(264213)	(.04)	(.03)
<b>Iran</b>								
<b>N</b>	20	20	20	20	29	29	29	29
<b>Median</b>	375.37	255186	0.21	0.17	814.53	375832	0.54	0.17
<b>Mean</b>	414.49	269515	0.23	0.17	800.27	395786	0.52	0.18
<b>Standard Deviation</b>	(120.36)	(120340)	(.07)	(.05)	(194.58)	(130492)	(.13)	(.06)

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Spain</b>								
<b>N</b>	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	29.00	29.00	29.00
<b>Median</b>	698.1202	62634.5	0.71207	0.24577	761.007	41997	0.74997	0.2307
<b>Mean</b>	706.62	65680	0.71	0.25	795.20	51862	0.74	0.24
<b>Standard Deviation</b>	122.36	33418	0.05	0.03	202.24	26395	0.06	0.05
<b>Israel</b>								
<b>N</b>	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	29.00	29.00	29.00
<b>Median</b>	447.5427	64178	0.57042	0.29769	950.663	35369	0.6747	0.28424
<b>Mean</b>	461.93	74434	0.57	0.31	980.01	44546	0.67	0.30
<b>Standard Deviation</b>	119.96	43176	0.06	0.06	292.03	28604	0.09	0.11
<b>Sweden</b>								
<b>N</b>	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	29.00	29.00	29.00
<b>Median</b>	824.6576	75363	0.48686	0.32299	858.003	103147	0.52746	0.29105
<b>Mean</b>	870.50	74386	0.47	0.32	863.85	105753	0.53	0.30
<b>Standard Deviation</b>	204.57	42609	0.10	0.06	139.49	63149	0.08	0.04
<b>Switzerland</b>								
<b>N</b>	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	29.00	29.00	29.00
<b>Median</b>	887.8475	52355.5	0.38146	0.25799	881.243	59427	0.44053	0.27564
<b>Mean</b>	904.95	49982	0.39	0.26	924.60	66084	0.45	0.28
<b>Standard Deviation</b>	182.39	18254	0.08	0.06	155.16	29593	0.06	0.03
<b>Italy</b>								
<b>N</b>	20.00	20.00	20.00	20.00	29.00	29.00	29.00	29.00
<b>Median</b>	689.7141	109227	0.52682	0.15642	712.627	94238	0.54103	0.16832
<b>Mean</b>	690.80	122241	0.52	0.17	728.37	122380	0.54	0.17
<b>Standard Deviation</b>	126.38	62695	0.07	0.04	149.19	75623	0.09	0.04

	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share	revenue per capita	total no of visitors	tertiary share	high income share
<b>Total</b>								
<b>N</b>	600	600	600	600	870	870	870	849
<b>Median</b>	714.53	98221	0.52	0.23	819.18	114957	0.59	0.23
<b>Mean</b>	765.23	166265	0.51	0.23	838.81	205084	0.58	0.23
<b>Standard Deviation</b>	(594.57)	(209361)	(.19)	(.1)	(327.56)	(256153)	(.18)	(.1)



Figure A1: PURPOSE OF VISIT CATEGORIES



**Table A3: Full Results of OLS and IV Estimates**

	OLS		IV 1		IV 2		IV 3		IV 4	
Tertiary Share			1458.32	***	1465.11	***	1448.71	***	1303.448	***
			(441.19)		(390.35)		(404.09)		(140.96)	
Policy	80.69									
	(53.02)									
High Income Share					-140.65		-73.72		-603.12	***
					(561.78)		(400.52)		(98.56)	
Neighboring Countries	-763.34	***					177.20		-369.712	***
	(1.76)						(201.33)		(67.66)	
West European Countries	-185.31	***	164.51	**			204.24	**	-274.491	***
	(.)		(72.8)				(88.41)		(43.38)	
Spring	-79.10	***	-64.96	***	-65.37	***	-65.07	***	-68.9754	***
	(15.26)		(21.25)		(20.97)		(21.12)		(14.53)	
Summer	79.43	***	90.45	***	89.28	***	90.60	***	81.82523	***
	(20.85)		(33.03)		(33.54)		(32.62)		(14.51)	
Autumn	-18.01		-7.91		-8.68		-7.73		-14.6106	
	(15.66)		(18.9)		(19.65)		(19.6)		(14.49)	
Austria	-5.92	***							435.4279	***
	(.)								(47.89)	
Azerbaijan	331.25	***							271.8753	***
	(1.76)								(41.67)	
The CIS	-317.80	***							-231.446	***
	(.)								(44.43)	
Belgium	87.53	***							215.5046	***
	(.)								(41.37)	
Bulgaria	-	***							-162.015	***
	40.64679								(43.69)	
	(1.38)									
Denmark	-111.87	***							217.191	***
	(.)								(43.27)	
Other European Countries	-469.93	***							-397.586	***
	(.)								(41.44)	
Other East Asian Countries	-99.33	***							-393.849	***

	<b>OLS</b>	<b>IV 1</b>	<b>IV 2</b>	<b>IV 3</b>	<b>IV 4</b>
	(.)				(47.39)
Other South Asian Countries	-62.47 ***				-198.486 ***
	(.)				(43.14)
France	0.00				177.458 ***
	(.)				(42.45)
	-	***			
Germany	105.44				346.8037 ***
	(.)				(48.64)
Georgia	0.00				
	(.)				
The Netherlands	-66.36 ***				188.9515 ***
	(.)				(40.92)
Japan	-93.22 ***				-260.388 ***
	(.)				(43.22)
	-	***			
Canada	165.30				-274.249 ***
	(.)				(42.38)
	-	***			
OECD Countries	255.44				-210.579 ***
	(.)				(39.77)
	-	***			
Russia	396.83				-552.835 ***
	(.)				(44.13)
Syria	624.54 ***				566.4785 ***
	(1.76)				(44.51)
Tunisia	125.69 ***				179.6229 ***
	(1.75)				(41.45)
	-	***			
USA	106.95				-301.18 ***
	(.)				(47.03)
	-	***			
Ukraine	417.28				-573.568 ***
	(.)				(43.65)
	-	***			
Greece	677.17				-442.911 ***
	(.)				(51.88)
	-	***			
United Kingdom	118.32				21.82284
	(.)				(40.8)
	-	***			
Iran	441.17				-170.703 ***
	(.)				(52.36)

	<b>OLS</b>		<b>IV 1</b>	<b>IV 2</b>	<b>IV 3</b>	<b>IV 4</b>	
Spain	-139.61	***				-164.29	***
	(.)					(47.23)	
Israel	-315.43	***				-262.937	***
	(.)					(39.81)	
Sweden	-32.10	***				272.8792	***
	(.)					(42.38)	
Switzerland	17.92	***				406.6061	***
	(.)					(44.74)	
	-	***					
Italy	185.6234						
	(.)						
2007	-44.53	**					
	-(17.72)						
2008	(8.64)						
	(24.56)						
2009	-78.04	***					
	(25.32)						
2010	-91.10	***					
	(23.52)						
2011	-155.09	***					
	(55.82)						
2012	-140.08	***					
	(45.92)						
2013	90.63	**					
	(41.86)						
2014	119.77	***					
	(43.03)						
2015	20.15						
	(41.84)						
2016	-39.41						
	(31.72)						
2017	-18.62						
	(18.87)						
2018	0.00						
	(.)						
Constant	1068.71	***	-84.91	5.82	-101.25	396.62	***
	(32.6)		(242.44)	(127.96)	(205.24)	(93.06)	
R-squared	0.61		0.03	-0.05	0.07	0.55	
N	1460		1439	1439	1439	1439	

\*\*\*: p<0.01; \*\*: p<0.05; \*: p<0.1

C13 dropped because of collinearity



**Table A4: Full Results of Regression Discontinuity Design**

	<b>RDD1</b>	<b>RDD2</b>	<b>RDD3</b>	<b>RDD4</b>
Tertiary Share		581.29 *	413.34	1756.77 *
		(303.42)	(344.37)	(242.97)
Policy			-129.23	35.78
			(77.52)	(242.97)
Policy * Tertiary Share			331.92 ***	-487.72
			(114.11)	(242.97)
Tertiary share squared				-1325.79
				(242.97)
Policy * tertiary share sq.				809.20 *
				(413.0)
Year		4.25		
		(3.57)		
High Income Share	0.33 ***	-366.04	-388.33	-392.41 ***
	(.07)	(267.53)	(282.52)	(242.97)
Spring	-0.01	-75.71 ***	-75.88 ***	-76.12 ***
	(.01)	(16.61)	(16.59)	(17.88)
Summer	-0.01	79.14 ***	79.90 ***	75.64
	(.01)	(23.93)	(23.91)	(26.18)
Autumn	0.00	-16.20	-15.27	-23.30
	(.01)	(16.68)	(16.47)	(16.98)
2007	-0.03 ***	-17.21	-10.40	-20.19
	(.01)	(29.28)	(31.53)	(26.17)
2008	-0.02 *	2.17	15.30	11.41
	(.01)	(32.36)	(31.45)	(30.51)
2009	-0.08 ***	-41.69	-35.64	-43.97
	(.02)	(42.77)	(47.01)	(38.25)
2010	-0.04 ***	-82.67 **	-65.00 *	-72.08 **
	(.01)	(30.67)	(32.77)	(29.21)
2011	-0.05 ***	-73.04 **	-92.50 *	-84.66 ***
	(.02)	(32.82)	(46.21)	(28.51)
2012	0.02	-101.05 ***	-127.57 **	-117.04 ***
	(0.02)	(34.59)	(47.64)	(25.72)

	<b>RDD1</b>	<b>RDD2</b>	<b>RDD3</b>	<b>RDD4</b>
2013	0.02 (.01)	110.94 *** (37.13)	89.64 * (46.2)	98.66 *** (27.28)
2014	0.02 * (.01)	127.89 *** (42.85)	109.45 ** (48.3)	119.07 *** (16.82)
2015	0.06 *** (.01)	7.06 (41.07)	-13.38 (46.54)	
2016	0.02 * (.01)	-44.56 (31.32)	-55.51 (36.12)	
2017	0.01 (.01)	-14.51 (22.16)	-19.89 (23.65)	
Constant	-8.06 (4.87)	-7979.60 (7189.15)	630.33 *** (166.37)	345.17 (260.39)
R-squared	0.25	0.31	0.32	0.37
N	1439	1439	1439	1181

\*\*\*:P<0.01 \*\*:P<0.05 P<0.1



**Table A5- Robustness Analysis**

	RDD 3		RDD 3		IV Panel	
	Without Russia		Only Western Europe		Without Russia	
Policy	-128.38		-111.32			
	(78.23)		(62.25)			
Tertiary Share	436.79		-300.66	*	1354.70	*
	(357.81)		(158.6)		(739.99)	
Policy * Tertiary Share	346.62	***	302.23	**		
	(115.68)		(99.8)			
High Income Share	-413.40		356.91	**	-635.20	**
	(287.81)		(153.87)		(294.6)	
Spring	-72.62	***	-113.73	***	-63.72	**
	(17.33)		(17.41)		(24.78)	
Summer	83.35	***	142.69	***	86.34	***
	(24.79)		(28.91)		(31.06)	
Autumn	-15.26		-35.18	**	-14.00	
	(17.17)		(12.7)		(18.95)	
2007	-6.48		-64.43	**		
	(32.43)		(21.49)			
2008	16.92		-29.52			
	(32.41)		(35.02)			
2009	-35.59		-146.67	***		
	(45.21)		(29.08)			
2010	-65.20	*	-160.44	***		
	(32.64)		(28.83)			
2011	-100.14	**	-167.07	***		
	(47.31)		(43.96)			
2012	-135.15	**	-246.43	***		
	(49.03)		(35.07)			
2013	84.34	*	-7.21			
	(47.73)		(49.42)			
2014	105.49	**	-26.07			
	(50.01)		(35.48)			
2015	-19.08		-135.47	***		
	(48.23)		(37.14)			

	<b>RDD 3</b>		<b>RDD 3</b>		<b>IV Panel</b>
	<b>Without Russia</b>		<b>Only Western Europe</b>		<b>Without Russia</b>
2016	-65.85 *		-118.70 ***		
	(35.86)		(28.3)		
2017	-23.42		-64.64 **		
	(24.17)		(21.94)		
Year					-0.16 (8.11)
Constant	627.75 ***		953.01 ***		
	(169.36)		(73.69)		
R-squared	0.33		0.56		0.14
N	1390		539		1390

\*\*\*: p<0.01; \*\*: p<0.05; \*: p<0.1

**Table A6-** Alternative Instrumental Variables Analysis with Policy Dummy 2010

	OLS		IV1		IV2		IV3		IV4	
Tertiary Share	580.16	*	1480.54	***	1478.01	***	1476.72	***	1295.80	***
	(306.86)		(432.3)		(388.3)		(405.96)		(140.22)	
Policy	47.65	***								
	(15.08)									
High Income Share	-365.99				-151.25		-91.49		-601.20	***
	(270.32)				(561.73)		(402.35)		(98.4)	
Neighboring Countries	-694.99	***					184.13		-372.43	***
	(58.6)						(201.65)		(67.44)	
West European Countries	-336.09	***	166.14	**			208.40	**	-275.26	***
	(24.09)		(73.75)				(89.21)		(43.32)	
Spring	-75.73	***	-64.66	***	-65.22	***	-64.72	***	-69.08	***
	(16.78)		(21.34)		(21.03)		(21.29)		(14.51)	
Summer	79.13	***	90.65	***	89.30	***	90.72	***	81.76	***
	(24.18)		(33.3)		(33.66)		(32.9)		(14.49)	
Autumn	-16.21		-7.73		-8.66		-7.62		-14.67	
	(16.85)		(19.)		(19.68)		(19.69)		(14.48)	
Austria	295.27	***							433.96	***
	(61.56)								(47.78)	
Azerbaijan	399.90	***							272.37	***
	(14.64)								(41.62)	
The CIS	-291.15	***							-232.21	***
	(27.55)								(44.37)	
Belgium	157.57	***							214.94	***
	(35.16)								(41.32)	
Bulgaria	0.00								-161.17	***



	<b>OLS</b>	<b>IV1</b>	<b>IV2</b>	<b>IV3</b>	<b>IV4</b>
	(.)				(43.62)
Denmark	152.47 *** (51.34)				216.60 *** (43.21)
Other European Countries	-441.81 *** (17.02)				-398.14 *** (41.39)
Other East Asian Countries	-292.64 *** (28.6)				-393.33 *** (47.33)
Other South Asian Countries	-113.11 *** (29.97)				-197.59 *** (43.07)
France	197.53 *** (28.03)				177.76 *** (42.41)
Germany	200.13 *** (63.75)				345.26 *** (48.52)
Georgia	86.70 *** (26.5)				
The Netherlands	160.93 *** (30.23)				188.72 *** (40.88)
Japan	-173.54 *** (49.73)				-259.57 *** (43.15)
Canada	-202.74 *** (24.3)				-273.49 *** (42.32)
OECD Countries	-232.42 *** (9.64)				-210.86 *** (39.73)
Russia	-479.34 ***				-552.20 ***




	<b>OLS</b>	<b>IV1</b>	<b>IV2</b>	<b>IV3</b>	<b>IV4</b>
	(57.19)				(44.07)
Syria	702.77 ***				567.11 ***
	(26.71)				(44.45)
Tunisia	151.83 ***				179.24 ***
	(11.17)				(41.4)
USA	-179.86 ***				-299.88 ***
	(42.5)				(46.94)
Ukraine	-497.89 ***				-572.90 ***
	(54.3)				(43.59)
Greece	-584.89 ***				-444.55 ***
	(50.59)				(51.75)
United Kingdom	54.97 ***				22.22
	(14.28)				(40.76)
Iran	-328.26 ***				-172.48 ***
	(58.06)				(52.22)
Spain	-40.16				-162.93 ***
	(45.81)				(47.12)
Israel	-286.75 ***				-263.22 ***
	(13.33)				(39.76)
Sweden	220.22 ***				272.40 ***
	(44.5)				(42.33)
Switzerland	303.93 ***				405.58 ***
	(57.72)				(44.66)
Italy	0.00				



	<b>OLS</b>	<b>IV1</b>	<b>IV2</b>	<b>IV3</b>	<b>IV4</b>
	(.)				
2007	-12.97 (30.72)				
2008	10.67 (32.15)				
2009	-29.02 (44.64)				
2010	-67.29 (33.02)	*			
2011	-99.47 (40.3)	**			
2012	-123.15 (37.34)	***			
2013	93.10 (40.12)	**			
2014	114.31 (49.)	**			
2015	-2.23 (45.26)				
2016	-49.64 (39.7)				





	<b>OLS</b>		<b>IV1</b>		<b>IV2</b>		<b>IV3</b>		<b>IV4</b>
2017	-15.35 (43.22)								
2018	3.39 (41.36)								
_cons	791.94 (166.76)	***	-97.96 (237.98)		1.08 (128.04)		-115.28 (206.86)		401.19 (92.64)
R-squared	0.64		0.01		-0.06		0.06		0.55
N	1439		1439		1439		1439		1439

**Table A7-** Alternative RDD Analysis with Policy Dummy 2010

	<b>RDD1</b>		<b>RDD2</b>		<b>RDD3</b>		<b>RDD4</b>	
Policy	0.07	***	47.65	***				
	(.01)		(14.93)					
Year	0.00		0.28					
	(.)		(3.41)					
High Income Share	0.33	***	-365.99		-388.53		-391.95	
	(.07)		(267.55)		(282.73)		(242.97)	
Spring	-0.01		-75.73	***	-75.86	***	-76.04	***
	(.01)		(16.61)		(16.59)		(17.89)	
Summer	-0.01		79.13	***	80.02	***	75.96	***
	(.01)		(23.93)		(23.9)		(26.18)	
Autumn	0.00		-16.21		-15.22		-23.16	
	(.01)		(16.68)		(16.5)		(17.03)	
2007	-0.03	**	-13.25		-10.38		-20.40	
	(.01)		(28.78)		(31.57)		(26.17)	
2008	-0.01		10.11		15.39		11.42	
	(.01)		(30.91)		(31.45)		(30.53)	
2009	-0.06	***	-29.86		-35.88		-44.48	
	(.02)		(40.53)		(47.08)		(38.22)	
2010	-0.02	**	-68.42	**	-67.69	*	-75.99	**
	(.01)		(28.21)		(33.15)		(29.27)	
2011	-0.09	***	-100.88	**	-74.07	*	-112.89	***
	(.02)		(37.86)		(38.63)		(39.32)	
2012	-0.02		-124.84	***	-109.17	***	-145.23	***
	(.02)		(36.9)		(36.59)		(36.98)	
2013	-0.01		91.12	**	108.08	***	70.52	*
	(.01)		(38.16)		(38.22)		(36.21)	
2014	0.00		112.05	**	127.89	**	90.93	
	(.01)		(43.57)		(47.14)		(46.99)	*
2015	0.04	***	-4.77		5.04		-28.10	
	(.01)		(41.52)		(44.7)		(46.59)	
2016	0.01		-52.46		-37.08		0	
	(.01)		(32.08)		(38.23)		(.)	
2017	0.00		-18.46		-1.46		0	
	(.01)		(22.4)		(41.35)		(.)	
2018	0		0.00		18.48		0	
	(.)		(.)		(40.52)		(.)	
Tertiary Share			580.16	*	408.46		1776.01	
			(303.71)		(345.33)		(996.86)	*
0.Policy					0		0	
					(.)		(.)	

	<b>RDD1</b>	<b>RDD2</b>	<b>RDD3</b>	<b>RDD4</b>
1.Policy			-150.41 ** (64.2)	65.21 (122.94)
0.Policy#c.Tertiary Share			0 (.)	0 (.)
1.Policy#c.Tertiary Share			337.22 *** (114.26)	-503.06 (459.58)
Tertiary Share_Sq				- 1351.63 (801.9)
0.Policy#c.Tertiary Share_Sq			0	(.)
1.Policy#c.Tertiary Share_Sq			830.97	*
_cons	3.48 (4.3)	-25.19 (6897.02)	632.84 *** (166.69)	342.91 (260.55)
R-squared	0.25	0.31	0.33	0.37
N	1439	1439	1439	1181



## APPENDIX B: EQUATIONS

### EQUATIONS B.4.1

$$y_c = \alpha + \beta H_{1c} + \beta TSc + \gamma p + \gamma w_c + \gamma n_c + \gamma c + e$$

$$E[TSc|Pc = 1] - E[TSc|Pc = 0]$$

$$E[REVC|Pc = 1] - E[REVC|Pc = 0]$$

$$\lambda = \frac{\rho}{\Phi} = \frac{E[REVC|TSc=1] - E[REVC|TSc=0]}{E[Pc|TSc=1] - E[Pc|TSc=0]}$$

$$REVC = \alpha + \rho Pc + \gamma TSc + \gamma H_{1c} + ec$$

### EQUATION B.5.1

$$REVC = \alpha + \rho Pc + \gamma(TSc1 - TSc0) + \gamma(H_{1c1} - H_{1c0}) + \sigma[(TSc1 - TSc0)Pc] \\ + \sigma[(H_{1c1} - H_{1c0})Pc] + ec$$

**APPENDIX C: TURKEY TOURISM STRATEGY 2023**







# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ 2023 EYLEM PLANI 2007 - 2013







# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ 2023 EYLEM PLANI 2007 - 2013

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI  
ANKARA, 2007





“Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)” 28/02/2007 tarih ve 2007/4 sayılı Yüksek Planlama Kurulu Kararı’yla onaylanmış olup, 02/03/2007 tarih ve 26450 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kaynak gösterilmek kaydıyla yayın ve referans olarak kullanılması T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın iznini gerektirmez. Bu yayın tüm içeriği ile [www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr) adresinde yer almaktadır, istenildiğinde Kültür ve Turizm Bakanlığından temin edinilebilir.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı  
Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü  
İsmet İnönü Bulvarı No:5 06100 Emek - ANKARA  
Tel: 0.312. 212 83 00 Faks: 0.312. 212 83 97

[www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr)

Yayın No: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları - 3085  
ISBN 978-975-17-3260-6



# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ 2023





*Cumhuriyetimizin  
100. kuruluş yıldönümüne  
armağan...*





# İÇİNDEKİLER

## İÇİNDEKİLER

i

## KISALTMALAR

v

## 1. GİRİŞ - Yönetici Özeti

1

## 2. YENİ UFUKLARA DOĞRU TÜRKİYE TURİZMİ

### 2.1. Vizyon

3

### 2.2. Vizyona Yönelik İlkeler

3

## 3. TURİZM SEKTÖRÜNÜN GÜÇLENDİRİLMESİNE YÖNELİK STRATEJİLER

### 3.1 Planlama

4

#### • Strateji

4

#### • 2023 Yılı Hedefleri

4

#### • Hedeflere Doğru

5

### 3.2 Yatırım

6

#### • Strateji

6

#### • 2023 Yılı Hedefleri

6

#### • Hedeflere Doğru

6

### 3.3 Örgütlenme

7

#### • Strateji

7

#### • 2023 Yılı Hedefleri

7

#### • Hedeflere Doğru

7

### 3.4 İç Turizm

9

#### • Strateji

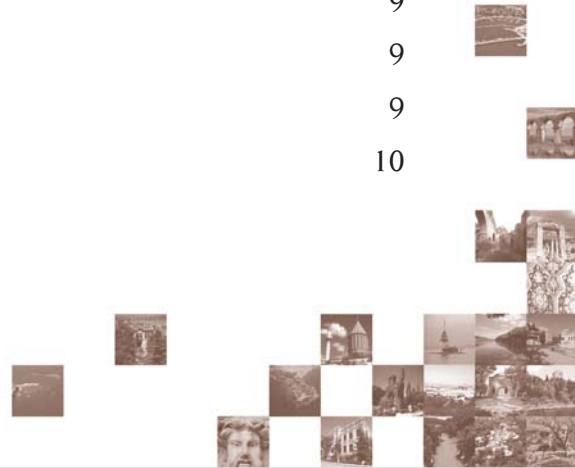
9

#### • 2023 Yılı Hedefleri

9

#### • Hedeflere Doğru

10





3.5	Araştırma ve Geliştirme	11
	• Strateji	11
	• 2023 Yılı Hedefleri	11
	• Hedeflere Doğru	11
3.6	Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi	12
	• Strateji	12
	• 2023 Yılı Hedefleri	12
	• Hedeflere Doğru	13
3.7	Tanıtım ve Pazarlama	14
	• Strateji	14
	• 2023 Yılı Hedefleri	15
	• Hedeflere Doğru	16
3.8	Eğitim	16
	• Strateji	16
	• 2023 Yılı Hedefleri	17
	• Hedeflere Doğru	17
3.9	Hizmet Kalitesi	19
	• Strateji	19
	• 2023 Yılı Hedefleri	19
	• Hedeflere Doğru	20
3.10	Kentsel Ölçekte Markalaşma	21
	• Strateji	21
	• 2023 Yılı Hedefleri	21
	• Hedeflere Doğru	21
3.11	Turizm Çeşitlendirilmesi	22
	• Strateji	22
	• 2023 Yılı Hedefleri	22
	• Hedeflere Doğru	24





3.12	Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu	27
	• Strateji	27
	• 2023 Yılı Hedefleri	27
	• Hedeflere Doğru	27
3.13	Turizm Gelişim Bölgeleri	27
	• Strateji	27
	• 2023 Yılı Hedefleri	27
	• Hedeflere Doğru	28
3.14	Turizm Gelişim Koridorları	31
	• Strateji	31
	• 2023 Yılı Hedefleri	31
	• Hedeflere Doğru	31
3.15	Turizm Kentleri	33
	• Strateji	33
	• 2023 Yılı Hedefleri	34
	• Hedeflere Doğru	34
3.16	Eko-turizm Bölgeleri	34
	• Strateji	34
	• 2023 Yılı Hedefleri	34
	• Hedeflere Doğru	35

#### 4. TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİNİN UYGULANMASI

4.1	Kurumsal Yapılanma ve Yönetişim	35
4.2	Eylem Planlaması	37
4.3	İzleme ve Değerlendirme	38

#### TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ EYLEM PLANI 2007 - 2013

39





## KISALTMALAR

**AB-** Avrupa Birliği

**AR-GE-** Araştırma Geliştirme

**ATAK-** Akdeniz ve Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi

**ÇED-** Çevresel Etki Değerlendirmesi

**DHMI-** Devlet Hava Meydanları İşletmesi

**DPT-** Devlet Planlama Teşkilatı

**GAP-** Güneydoğu Anadolu Projesi

**KDV-** Katma Değer Vergisi

**KOBİ-** Küçük ve Orta Ölçekteki İşletmeler

**KTKGB-** Kültür ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgesi

**MEDA-** Mediterranean Economic Development Area (Akdeniz Ekonomik Kalkınma Alanı)

**ÖSYM-** Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi

**STK-** Sivil Toplum Kuruluşları

**TM-** Turizm Merkezi

**TOBB-** Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

**TUREM-** Turizm Eğitim Merkezi

**UNESCO-** United Nations Educational  
(Scientific and Cultural Organization - Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

**YÖK-** Yüksek Öğretim Kurumu





## 1. GİRİŞ (YÖNETİCİ ÖZETİ)

Türkiye Turizm Stratejisi, turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetişim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlanmasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmiştir. Türkiye Turizm Stratejisi - 2023 çalışmasının temelinde yer alan bu yaklaşım, çalışmanın noktasal değil bölgesel, emredici değil yönlendirici, statik değil dinamik bir çerçevede geliştirilmesini olanaklı kılmaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi - 2023 çalışması 9. Kalkınma Planı (2007 - 2013) hedefleri ile uyum içindedir. Kalkınma Planında "turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere Turizm Sektörü Ana Planı" hazırlanacaktır" ifadesi yer almaktadır. Bu ifade de yer alan hedef bu çalışma ile gerçekleştirilmiş olmaktadır.

Ülkemiz kıyı turizmi yanı sıra, alternatif turizm (sağlık ve termal turizm, kış sporları dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko turizm, kongre ve fuar turizmi, kruvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi, v.b.) gibi turizm türleri açısından da eşsiz imkanlara sahip bulunmaktadır. Bununla birlikte, bu potansiyel rasyonel anlamda kullanılmamaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, ülkemizin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkemizin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır.

Söz konusu turizm kaynaklarının noktasal ölçekte planlanması yerine gelişim aksları boyunca turizm koridorları, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve eko turizm bölgeleri oluşturacak şekilde ele alınması, bu değerlerin tanıtımı ve kullanım kriterlerinin

belirlenmesi açısından daha doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir. Böylece, turizm potansiyeli bulunan bölgelerin diğer alternatif turizm türleri ile cazibesi artırılacaktır.

Bu çalışma ile geliştirilmesi öngörülen turizm gelişim aksları üzerinde turizm yatırımı yapmayı planlayan yatırımcılar; kıyı turizmi veya diğer alternatif turizm türlerinden de yararlanarak bu alanlarda yatırım yapma fırsatı bulacaklardır. Aynı zamanda planlama, tahsis ve turizm yatırımı için devlet tarafından verilen diğer teşviklerden de bu kapsamda yararlanabileceklerdir.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023'ün öngördüğü hedeflerle ülkemizin her yanına dağılmış durumda bulunan sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültürel açıdan önemli yer ve yerleşmelerin tek tek ele alınmasından çok bunların birbirleriyle entegrasyonu sayesinde daha cazip ve daha güçlü alternatif varış noktaları ve güzergâhlar oluşturulacaktır. Güçlü bir turizm güzergahı ve bölgesel varış noktası oluşturulması ile bu bölgeler içinde zayıf kalan yerleşmelerin kültür, el-sanatları, yeme-içme tesisleri ve konaklama imkanları ile güçlenmeleri de sağlanmış olacaktır.

Turizm sektörü, tanıtım ve pazarlama aşamalarında da varış noktaları bazında tek elden organize edilerek, yöresel yatırım, tanıtım ve pazarlama imkanlarının bir bütün halinde değerlendirilmesi ve dengelenmesi mümkün olabilecektir.

Türkiye'de turizmde kitle turizmine yönelik gelişmeler ve turizm planlamasına parçacı yaklaşımlar sonucunda;

- Akdeniz ve Ege kıyı kesiminde aşırı yığılma,
- Kıyı gerisi ve çevresi alanlarda çarpık kentleşme/yapılaşma,
- Altyapı yetersizliği ve çevre sorunları ortaya çıkmıştır.

Bu olumsuz yapılanmayı olumlu yönde değiştirebilmek için Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında bütüncül politika, strateji ve uygulamaya dönük yaklaşımlar yer almaktadır.

Çalışma kapsamında, kıyı alanlarında turizm potansiyeli yüksek olan alanların "Turizm Kentleri" şeklinde bölgesel ölçekte ve özel sektör yatırımlarını





özendirici 'arazi geliştirme modeli' anlayışında planlanması ve geliştirilmesi söz konusudur. Bu şekilde sadece kıyı şeridi değil kıyı gerisindeki alanların ve hatta yerleşmelerin bir bütün olarak planlanması, turizm çeşitliliğinin artırılması, mevcut yerleşmelerin iyileştirilmesi ve dönüşümlerinin sağlanması da mümkün olabilecektir. Bu politikalar, turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemlidir.

Türkiye Turizm Strateji çalışması Planlama, Yatırım, Örgütlenme, İç Turizm, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge), Hizmet, Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi, Tanıtım ve Pazarlama, Eğitim, Kentsel Ölçekte Markalaşma, Turizmin Çeşitlendirilmesi, Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu ve Varış Noktalarının Geliştirilmesi konularında uzun erimli stratejiler önermektedir.

Planlama kısmında, turizm sektöründeki planlamanın esnek, şeffaf, ve hesap verebilir, yönetim ve uygulama etaplarında katılımcı ve sürdürülebilir gelişim niteliklerine sahip stratejik planlama anlayışına dayanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Yatırım kısmında ise, genel olarak, sektörde Katma Değer Vergisi (KDV) indiriminin yatırımları hızlandıracağı, turizm sektöründe yatırım ve danışmanlık hizmeti veren firmaların belirli standartlara getirilmesi belge verilmesi, bölgeye ve turizm türüne özgü yıllık teşvik sistemlerinin gerekliliği gibi konular ele alınmaktadır.

Örgütlenme kısmında, sektör için iyi yönetim ve bunun etkin kılınması için ulusal, bölgesel, il düzeyinde ve nokta bazında konseylerin kurulması önerilmektedir. Bu çerçevede, Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde Ulusal Turizm Belgeleme, İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme ve Turizm Eğitimi Yönlendirme gibi birimlerin kurulmasını sağlayacak yasal ve örgütsel düzenlemelerin yapılmasının önemi vurgulanmaktadır. İç Turizm Stratejisi'nde, genel olarak iç turizmle ilgili istatistiklerin derlenmesi ve iç turizmi özendirici kampanyaların önemi üzerinde durulmaktadır.

Ar-Ge kısmında, önümüzdeki dönemde ulusal düzeyde turizm sektöründe araştırma-geliştirmeden sorumlu kuruluşlar ve görevleri hakkında öneriler sunulmaktadır.

Hizmet Kalitesi kısmında, turizm sektöründe sürekli eğitim, müşteri memnuniyeti, Toplam Kalite Yönetimi konusunda karar vericilerin bilinçlendirilmesinin gerekliliği, mesleki niteliklerin standardizasyonu ve belgelendirilmesinin önemi vurgulanmaktadır.

Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi kısmında, turizmin gelişimi ve çeşitlenmesinin olmazsa olmaz koşullarından biri olan altyapının geliştirilmesi ile birlikte ulaşımın çeşitlendirilmesi ve niteliğinin yükseltilmesi olduğu belirtilerek bu alanlarda kamunun maliyetini en aza indirecek özel sektörü ön plana çıkaracak çeşitli uygulamalara girişilmesinin önemi ele alınmaktadır.

Tanıtım ve Pazarlama kısmında reklam kampanyaları, markalaşma ve imajın öneminin altı çizilirken, Eğitim kısmında, turizm sektöründeki eğitimin ölçülebilir sonuçlar içermesi, sektörde yer alan aktörlerin sürekli eğitimle niteliklerinin iyileştirilmesi ve turizm eğitiminin nitelik ve nicelik olarak üst ölçekli kararlar düzeyinde yönlendirilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın etkin rol oynamasına vurgu yapılmaktadır.

Kentsel Ölçekte Markalaşma kısmında ülkemizde turizmde markalaşan şehirler ve kültür turizmi kapsamında yapılması gereken çalışmalar yer almaktadır.

Turizm türlerinin çeşitlendirilmesi kısmında, önümüzdeki dönemde, öncelikle geliştirilmesi planlanan turizm türleri (sağlık ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi) ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmektedir.

Turizm Gelişim Bölgeleri, Turizm Koridorları, Turizm Kentleri ve Ekoturizm Bölgelerinin geliştirilmesi kısımlarında tematik ve yönlendirici nitelikte bir yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşım kamu kaynaklarını ve özel sektörü bir anlamda öncelikli turizm gelişim bölgelerine yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu kısımlar kapsamında, dokuz turizm gelişim bölgesi, yedi tematik koridor, on turizm kenti ve beş ekoturizm bölgesi önerilmiştir. Yine bu kısımda alternatif turizm türlerinin ulusal ve bölgesel ölçekte nasıl, nerede ve hangi ölçütler çerçevesinde geliştirileceği konusunda bilgiler verilmektedir.



Yeni varış noktalarına ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, ulaşımında niteliğin yükseltilmesi için bölünmüş yol, hızlı tren hatları, havaalanları, kurvaziyer ve yat limanları gibi birçok ulaşım alternatifi önerilmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Belgesi'nde belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmalar tamamlanması, geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki altyapı ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda, 2023 yılında, 63 milyon turist, 86 milyar \$ dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 \$ harcamaya ulaşılması öngörülmektedir.

## 2. YENİ UFUKLARA DOĞRU TÜRKİYE TURİZMİ

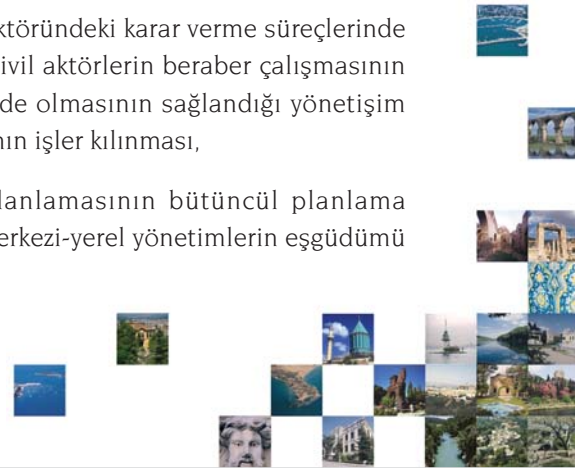
### 2.1. VİZYON

*Sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanmasıdır.*

### 2.2. VİZYONA YÖNELİK İLKELER

- Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,
- Turizmde rekabetin ucuz ürün yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak sağlanması,
- Var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulması,
- Turizm gelişiminin hükümetlerin sosyo-ekonomik hedeflerini desteklemesi,

- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Uluslararası işbirliğinin güçlendirilmesi,
- Sektörel gelişme politikaları ve hedeflerinin genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleri ile uyumlu olması,
- Küresel eğilim taleplerinin izlenmesi ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapılması,
- Turizmin varış noktası odaklı ve çok fonksiyonlu olarak geliştirilmesi,
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi,
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlamanın etkin kılınması,
- Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunu sağlayarak çok çeşitli turizm imkanlarını sağlık, eğitim, v.b. farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, doğa turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulması,
- Turist profili odaklı turizm ürünü oluşturulması,
- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması,
- Turizmin geri kalmış bölgeler ve özellikle dezavantajlı grupların sosyo-ekonomik konumlarının güçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılması,
- Turizmle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğinin özendirilerek kamunun yükünün hafifletilmesi,
- Turizm sektöründeki karar verme süreçlerinde merkezi-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve işbirliği içinde olmasının sağlandığı yönetim mekanizmalarının işler kılınması,
- Turizm planlamasının bütüncül planlama yaklaşımı ile merkezi-yerel yönetimlerin eşgüdümü



sağlanarak, yönetsel organizasyonun ve finans olanaklarının birlikte ele alınması,

- Turizm eğitimi ile işgücü kalitesinin artırılması ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanması,
- Turizmin yoğunlaştığı yerlerde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunlarının yerel yönetimlerin ve özel sektörün de katkılarıyla çözümlenmesi,
- Yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama ünitelerinin desteklenmesi,

### 3. TURİZM SEKTÖRÜNÜN GÜÇLENDİRİLMESİNE YÖNELİK STRATEJİLER

#### 3.1 PLANLAMA

##### STRATEJİ

*“Ekonomik gelişimi destekleyen; fiziksel düzeyde uygulanabilir; toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konması”*

Bir bölgenin Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi (KTKGB) ve Turizm Merkezi (TM) olarak ilan edilebilmesi için öncelikle bölgede bir turizm gelişim senaryosu oluşturulması, oluşturulacak senaryo bağlamında hedef kitlenin tanımlanması, doğal / kültürel çekiciliğe sahip alanlarda turizm faaliyetleri ve yatırım fizibilitesi açısından cazip bölge ve aksların tespit edilmesi gerekmektedir.

Turizm önümüzdeki dönemlerde de bölgesel eşitsizliklerin giderilmesi, yoksullukla mücadele ve istihdam olanaklarının geliştirilmesi konusunda güçlü bir planlama ve uygulama aracı olarak kullanılacaktır. Bu bağlamda farklı kurumlar tarafından yapılacak yatırımların birbirleri ile tutarlı olması sağlanacaktır.

Turizm faaliyetlerinin ulusal ve bölgesel düzeyde gelişebilmesi için gerek Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından ulusal kalkınma planlarında

geliştirilen makro politikalara gerekse Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sektörle ilgili geliştirilen planlara uygun olarak öncelikli bölgeler ve alanların belirlenmesi ve bu alanlar için gerekli altyapı yatırımlarının ilgili kurum ve kuruluşların yatırım programlarına girmesi ile gerçekleştirilebilecektir.

Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerine yönelik yeni planlama yaklaşımı kesin arazi kullanım kararları yerine eylemlerden yola çıkan esnek ve stratejik bir planlama anlayışını benimseyerek, bütüncül ve dinamik bir yapıyı hedeflemektedir. Bu bölgelerde, proje alanı alt bölgelere ayrılmakta ve bu suretle planlaması yapılmakta ve yatırımcıların kendi projelerini oluşturması hedeflenmektedir. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri sadece bir sınır belirleme işlemi olmayıp aynı zamanda söz konusu sınırlar içinde yapılacak planlama, tahsis gibi işlemlerin de önceden belirlenmiş hedefler ve ilkeler doğrultusunda kullanılmalıdır.

##### 2023 YILI HEDEFLERİ

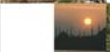
- Fiziki planlama uygulanması ile ilgili eksikliği çeşitli yasal koordinasyon düzenlemelerle ortadan kaldırılabilecektir.

- Yerel düzeyde turizm potansiyeli bulunan alanlarda sorun odaklı planlama anlayışı yerine, planlama çalışmalarını bütüncül olarak ele alınacaktır.

- Parçacı ve parsel bazında gelişen planlama pratiği sona erdirilerek dünya çapında yarışabilir turizm kentleri oluşturulacaktır.

-Yerel düzeyde plan onama yetkisine sahip kurum ve kuruluşlara teknik personel desteği sağlanacak, böylece yerel bazda turizm gelişimi yönlendirilecektir.

- Yerel ölçekte nokta bazında Konseylerin işler kılınması ile Yerel Gündem 21 gibi katılımcı mekanizmaların oluşturulması sağlanacaktır. Yerel ölçekte turizm gelişim bölgelerinin seçiminde organize turizm faaliyetlerinin geliştirilebileceği geniş alanlar tercih edilecek, mülkiyet, altyapı ve çevre gibi konular için de çözüm önerileri ve sistemli bir yapılanma sağlanacaktır.



Turizm sektörü fiziksel planlama başta olmak üzere, örgütlenme modelleri, finansman alternatifleri ve yasal dayanakları ile bir arada planlanmalıdır. Bu çerçevede,

1. Sektörle ilgili tüm yatırımları ülkedeki refah ve gelişmişlik düzeyi dengesizliklerini azaltıcı doğrultuda yönlendiren, doğal, tarihsel, kültürel ve sosyal çevreyi kollayıcı, koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde ele alan,
2. Ekonomik kalkınmaya katkıda bulunma, sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerden en yüksek düzeyde yararlanma anlayışını/yaklaşımını ülke sathında yaygınlaştıran,
3. Öncelikle yapılacak bilimsel çalışmalarla tarihi, kültürel ve sanatsal değerleri ortaya çıkaran ve bu değerler konusunda toplumsal bilinç oluşturan,
4. Turizm sektörü sağlıklı bir şekilde yapılandırılması ve verimliliğin sağlanabilmesi için gelişimini pazar gerçeğine dayandıran,
5. Gerek yatırım ortamının rehabilitasyonuna gerekse de gelişen dünya eğilimlerine ve yeni taleplere cevap veren,
6. Doğal kaynakları ekolojik ve ekonomik verimlilik ilkesine bağlı olarak sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde koruyan ve kullanan,
7. Kamuya mali yük getirmeyen örgütlenme ve finansman modellerini gerçekleştiren, kapsamlı organize ve entegre projeleri bölgesel ve yerel düzeyde yaygınlaştıran,
8. Taşıma kapasitelerini aşmadan, turizm kaynaklarını koruma ve dengeli kalkınma anlayışı içinde kullanan,
9. Yapılan ve yapılacak yeni yasal düzenlemelerle otel odaklı turizm gelişmesinden daha çok tarih, kültür, sanat vb. değerler odaklı turizm gelişmesine yani varış noktası odaklı turizm anlayışı ile halkın talep ve beklentilerine cevap veren, bünyesinde birden fazla aktiviteleri, değerleri yaşatan, koruyan, üreten ve istihdama da olumlu katkılar sağlayan bir "alan yönetimi" modelini geliştiren,

10. Doğa, kültür, sosyal yapı üzerinde olumsuz etki yaratmayan, döviz ve istihdam boyutlarıyla ekonomik gelişime güçlü katkılar sağlayan, talebi örgütleyen, turizm sektörünün gelişimi için ortam yaratan, uygulama imkanlarını da içinde barındıran ve birbiriyle entegre projeler üreten,

11. Sosyal ve teknik altyapıyı tamamen kamuya yüklemeyen, bu alanda ihtiyaç duyulan finansmanı kullananlara ve yararlananlara da paylaştıran,

12. Belirli bir kalitede çevreye ve örgütlenmeye sahip turizm yerleşim alanlarının gelişimini öngören,

13. Turizm sektöründe altyapı, çevre, ulaşım, konaklama, kültür, tarih ve sanat alanında toplam kalite kriterlerine uygun hizmet sunan, çarpık kentleşme ve yapılaşmayı önleyen, bozulmuş olan kent ve kentsel mekanları iyileştiren,

14. Turizmin yoğunlaştığı yörelerde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunlarını yerel yönetimlerle işbirliği içinde, altyapıyı kullananların da katkılarıyla çözen, politika olarak işlerlik kazandırılacaktır.

## HEDEFLERE DOĞRU

### Varış Noktası Odaklı Planlama

İhtisaslaşmış turizm alanlarında, turizm tesislerinin geliştirilmesine öncelik veren çalışmalar yapılacaktır. Yerel yönetimlerin turizm gelişim bölgelerinin planlanmasında, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmesi yapılan "Turizmde Yatırım Geliştirme ve Yönlendirme Firmaları"na danışmaları sınırlı turizm kaynaklarının en etkin bir şekilde kullanılması açısından hayati önem taşımaktadır. Bu kapsamda, Turizmi Teşvik Kanunu ile Kültür ve Turizm Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanununda gereken değişiklik yapılarak bu firmaların belgelendirilmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılacağı hususu Yasa kapsamında düzenlenmelidir. Böylece, yatırımların geliştirilmesinde hizmet kalitesinin kısa ve orta vadede iyileşmesine olanak sağlanacaktır.





## Stratejik Planlama

Örgütlenme modelleri, finansman alternatifleri ve yasal dayanakları ile bir bütün olan; uygulamanın önünde olan ve talebi örgütleyen; sosyal ve teknik altyapıyı tamamen kamuya yüklemeyen, kullananlara ve yararlananlara da yükü paylaşmayan; kaliteli ve iyi organize edilmiş turizm yerleşkelerinin oluşumunu sağlayan; sürdürülebilirlik, çeşitlilik anlayışı içerisinde doğal kaynakları ekolojik ve ekonomik verimlilik ilkesi kapsamında koruyan ve kullanan esnek ve stratejik planlama yaklaşımı sağlanacaktır.

Fiziki planlar, yazılı rapor ve temel gelişme aksının tespit edildiği ana şemadan oluşacaktır. Bu planlarla, sadece arazi kullanımına ilişkin değil, fiziksel çevre, istihdam, sosyal hizmetler ve örgütlenme gibi tüm bileşenlere ilişkin stratejik kararlar da üretilecektir.

## 3.2 YATIRIM

### STRATEJİ

*“Turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların arttırılması”*

Turizm alanları bütün dünyada desteklenen ve teşviklerin sürdürüldüğü yatırım alanları arasındadır.

Bu nedenle, turizmin geliştirilmesine yönelik bir takım tedbirler alacak ve sektöre bazı teşvikler sunulacaktır.

Turizmin gelişiminde 1990 lı yıllardaki yatırım hızını yakalamak için, turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler düzenlenecektir. Teşviklerin şartlarının, bölgesel özellikleri ve uygulama dönemleri ayrıntılı çalışmalarla yıllık olarak belirlenecektir.

### 2023 YILI HEDEFLERİ

- Turizmin geliştirilmesine yönelik bir takım tedbirler alınarak sektörün genel olarak ekonomiye katkı sağlaması açısından bazı teşvikler sunulacaktır.

- Turizm sektörüne, Avrupa Birliği'nin Katılım Öncesi Yardım Aracı (Instrument for Pre accession Assistance

-IPA) Programı çerçevesinde destek alınması için çalışmalar başlatılacaktır.

- Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ) tanımına giren turizm konaklama tesislerinin yanısıra seyahat acentelerinin de bu destekten yararlandırılmalarını sağlayacak vergi rejiminde düzenlemeler yapılacaktır.

- Turizm sektöründe yabancı sermayenin ülkemize yatırım yapması sağlanacaktır.

- Turizm tesislerinin kısa dönemde yenilenmesine yönelik ihtiyaçları giderilecektir.

- Turizm yatırımlarının teşviki süreci kapsamında tanıtım ve pazarlama politikaları geliştirilecektir.

- Turizmin çeşitlendirilmesini, tüm yıla ve yurda yayılmasına imkan veren projeler geliştirilerek kıyılardan dışındaki bölgelere de yatırım yapılması teşvik edilecektir.

- Öncelikli turizm türlerine (kültür, termal ve kış turizmi) ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirilecektir.

### HEDEFLERE DOĞRU

#### Teşvikler

- Teşviklerin miktarı, şartları, bölgesel özellikleri ve uygulama dönemleri ayrıntılı çalışmalarla yıllık olarak belirlenecektir.

- Arazi tahsislerinde stratejik planlamayı hedefleyen turizm kentleri yaklaşımı temel olarak alınarak yatırımcıya daha fazla tasarım şansı tanınacaktır.

- Turizm tesislerinin yenilenmesi için turizm sektörüne uzun vadeli ve düşük faizli kredi imkânları sağlanacaktır.

#### Bürokratik Engellerin Kaldırılması

- Yabancı sermayenin yatırım yapabilmesi için ülkemizde yabancıların mülk edinmelerini ve yatırım yapmalarını kolaylaştıracak yatırım izinlerinin tek bir çatı altında toplanacağı “Yatırım Destekleme Ajansı” güçlendirilecektir.



## Firmaların Belgelendirilmesi

Turizm sektöründe yatırımlara kalite ve hız kazandırmak için yatırım, danışmanlık gibi sektörde faaliyet gösterecek firmalar Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca belgelendirilecektir.

### 3.3. ÖRGÜTLENME

#### STRATEJİ

*“İyi Yönetişim” ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK'ların karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi”*

Turizm sektörünün başarısı etkin bir yönetim organizasyonunun sağlanması ile mümkündür. Bu bağlamda sektörde hem alan yönetiminde hem de kurumsal yönetimde etkin bir örgütlenme oluşturulacaktır.

Turizm sektörüne dinamizm kazandırmak ve uluslararası krizlerden en düşük seviyede etkilenmesini sağlamak için turizmde yeni oluşumlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu oluşumlar kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği doğrultusunda yapılandırılacaktır. Bu doğrultuda turizm sektörüne yön verecek kurumsal yapılanmaya gidilecektir. Bu kurumsal yapılarda özel sektörün beklentileri doğrultusunda, kamunun ve özel sektör birliklerinin makro politikalarını eşgüdümleyecek çalışmalara önem verilecektir.

#### 2023 YILI HEDEFLERİ

Turizm sektörünün alan yönetiminde söz sahibi olan Kültür ve Turizm Bakanlığı ve yerel yönetimlerin ilişkileri geliştirilerek Kültür ve Turizm Bakanlığının turizm çeşitliliğinin sağlanmasında yerel yönetimlere ve özel sektöre yönlendirilmesinde daha etkin bir rol üstlenmesi hedeflenmektedir.

Turizm Teşvik Kanunu ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanunda yönetim

ilkesi çerçevesinde düzenlemeler yapılacaktır.

Bu yeni örgütlenme yapısında kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinin katılımları ile kurumlar oluşturulacak ve bu kurumlar kamu, özel sektör ve sivil topluma karşı sorumlu olarak sektörde yönlendirici çalışmalar yürütecektir. Ulusal, bölgesel, il ve nokta bazında kurulması planlanan bu yapıların Konsey adı altında kurumsallaştırılması hedeflenmektedir.

#### HEDEFLERE DOĞRU

#### Yeni Kurumsal Yapının Oluşumu İçin Yasal Düzenlemelerin Gerçekleştirilmesi

Turizm Konseylerinin oluşumu konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun'da da gerekli düzenlemeler yapılacaktır.

#### Turizm Sektörünün Gelişiminde Kültür ve Turizm Bakanlığının Yeni Rolü

- Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm potansiyeli bulunan ve planlı gelişimin gerçekleşmesini istediği alanlarda planlama konusunda yetkili mercii olarak çalışmalarını sürdürecektir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm sektöründe tanıtım, pazarlama, eğitim, ar-ge alanlarında da sektöre yön gösteren yasal düzenlemeler, plan, politika ve projeleri hazırlamadan sorumlu olacaktır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde turizmde sınıflandırma sonucunda belli standartların geliştirileceği, işletmelerin gerçekleştirmesi gereken uygulamaların belirlendiği Ulusal Turizm Belgeleme (Akreditasyon) Birimi'nin,
- İç turizme yönelik her türlü araştırma, değerlendirme ve politika oluşturma konularında çalışmalar yapacak İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme Birimi'nin,
- Sektördeki değişimleri takip ederek yaygın ve örgün turizm eğitim politikalarının ana hatları, içeriği ve stratejilerinin belirlenmesine yönelik çalışmaların yapılacağı Turizm Eğitimi Yönlendirme Birimi'nin ve



- Sektörle ilgili istatistik, alan araştırmaları ve ölçümleri bünyesinde toplama, işleme ve değerlendirme konularında çalışmalar yapacak Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi'nin kurulması hedeflenmektedir.

## Ulusal ve Bölgesel Bazda Turizm Sektörünün Koordinasyonunu Sağlayacak Konseylerin Oluşumu

### Ulusal Turizm Konseyi:

Bu örgütün karar alma mercii olarak yönetim kurulu, sektörde yer alan tüm paydaşları temsil edebilecek olan 15-20 üyeden oluşacaktır. Konsey'e Kültür ve Turizm Bakanlığı (3), Devlet Planlama Teşkilatı (1), turizm sektörü (7), işçi örgütleri (1) ve Sivil Toplum Örgütleri'nden (2) temsilcinin katılım sağlaması öngörülmektedir. Gerekli görüldüğü hallerde, Konseyde yer almayan kurum ve kuruluş veya kişilerin görüş ve önerileri alınarak Konsey'e geçici üye olarak davet edilebileceklerdir. Dolayısıyla, üyelerin seçilme kriterleri arasında;

- Turizm sektöründe bilgi ve tecrübeye sahip olma,
- Makro turizm politikalarını belirleyebilme akademik ve analitik düşünce yeteneğine sahip olma ve
- Ulusal politika ve diğer sektörlerin programları ile turizm politikalarını uyumlaştırabilecek bilgi düzeyine sahip olma yer almaktadır.

Ulusal Turizm Konseyinin temel görevleri;

- Ulusal, bölgesel ve yerel anlamda marka oluşturarak turizm bölgelerinin pazarlanması ve sektörel faaliyetlerin bölge özelliklerine göre gelişimini koordine etmek,
- İç turizmin gelişimi doğrultusunda, turizmin olumlu etkilerinden ülke vatandaşlarının da yararlanmasını sağlamak ve bu amaca yönelik politikalar geliştirilmesi için Bakanlığa bilgi ve öneriler sunmak,
- Turizm pazarında ve tüketicilerde oluşan değişimler, dünyadaki konjonktürel yapı dolayısıyla ortaya çıkabilecek fırsat ve tehditler ve bu fırsatların

kullanılması veya tehditlerin etkilerinin asgariye indirilmesi için politika ve programlar hazırlamak,

- Turizm sektörü açısından, tesis, ürün ve işgücüne ilişkin minimum kalite standartları belirlemek,
- Ürün çeşitliliğinin artırılmasına ve kalitesinin sürekli olarak iyileştirilmesine ve minimum bir kalitenin sağlanmasına yönelik çalışmalar yapmak,
- İnsan kaynakları gelişimi çerçevesinde, hizmet içi eğitim kapsamında işletmeleri bu konuda desteklemek ve teknik yardımın sağlanmasını koordine etmek,
- Kültür ve Turizm Bakanlığına, tüm ortakları dikkate alacak şekilde bir politika belirleme ve gerektiğinde değişiklikler yapabilme anlamında ulusal turizm bakışı sağlamak amacıyla politika belirleme çalışmalarında temel teşkil edecek verileri hazırlama, sunma ve turizm ile ilişkili tüm konularda tavsiyelerde bulunmak,
- Net ve ölçülebilir kriterlere dayanan çalışmalar yaparak, uygulanan turizm politikalarının tutarlılığını değerlendirme ve bu konuda Kültür ve Turizm Bakanlığı nezdinde bilgilendirme yapmak,
- Turizmde yaşanabilecek olumsuz durumların bertaraf edilmesinde ve kriz yönetiminde Bakanlığın uygulamalarını yönlendirecek önerilerde bulunmak,
- Konsey üyelerine bir düşünce ve fikir üretme ve teknik destek sağlama birimi olarak hizmet etmek olarak ifade edilebilir.

Konsey, gerekli gördüğünde alt komiteler şeklinde çalışmalarını yürütecek olup bu komiteler noktasal programlar belirlemek ve bunu konsey yönetim kuruluna bildirmekle sorumlu olacaklardır. Bu komiteler pilot araştırmalara ve projelere bağlı görevlendirmeler tamamladığı zaman dağılabileceklerdir. Diğer bir deyişle bu komiteler iş ve proje odaklı olarak kurulacaklardır.



## İl Bazında Turizm Gelişiminin Sağlanması Amacıyla İlde Yer Alan Tüm Paydaşları Temsil Edebilecek Turizm Konseylerinin Geliştirilmesi

İl ve yerel düzeyde sekreteryaya görevi İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından üstlenilecektir.

### İl Turizm Konseyleri:

Ulusal Turizm Konseyine ilde yer alan tüm paydaşları temsil edebilecek şekilde görüş, talep ve önerileri sunmak İl Turizm Konseylerinin öncelikli görevleri arasında olacaktır. Ayrıca bu Konseyler, Ulusal Turizm Konseyinin aldığı kararların daha sağlam, tutarlı ve katılımcı olmasına katkıda bulunacaktır. İl Konseylerinin üyeleri Ulusal Turizm Konseyi üyelerini oluşturan kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşacaktır. Gerekli görüldüğü hallerde, bilgisine başvurulması amacıyla, üye olarak Konseyde yer almayan kişi ve/veya kurum/kuruluşların görüş ve tavsiyelerine başvurulması amacıyla yeni/geçici üyeler eklenecektir.

İl Turizm Konseyleri, işletmelere hizmet sağlanması ve danışmanlık hizmetlerinin verilmesinde anahtar rol oynayacaklardır. Kamu, özel sektör tarafından finansal ve danışmanlık anlamında yardım alacaklar ve danışmanlık hizmetlerinin yanı sıra işletmeler arasında ve işletmeler arasında işbirliğini sağlayan birim olarak görev yapacaklardır.

Temel olarak Konseyler;

- Yerel talep, beklenti ve ihtiyaçların araştırılarak Ulusal Turizm Konseyine sunulması,
- Üyeler arasında işbirliği ve eşgüdümün sağlanması,
- İl bazında turizm potansiyelinin en üst seviyede kullanılabilmesine yönelik çalışmalar yaparak politikaların belirlenmesi,
- Örgüt üyelerinin eğitiminin sağlanması ve işgücü kalitesinin artırılması amacıyla çalışmalar yapılması,
- Üyeler arasında etkin ağların kurulması,
- Noktasal Turizm Konseylerinin talepleri sonucu

küçük işletmelere teknik yardımı koordine etmek veya teknik yardım alınabilecek kişi ya da kurum/kuruluşlarla iletişime geçilerek yerelin faydalanmasının sağlanması ve bunun noktalar arası koordineli şekilde yapılmasının sağlanması,

- Diğer bölgesel ve yerel turizm örgütleri ile işbirliği içerisinde çalışarak bir bütün olarak "Türkiye markası" yaratılması çalışmalarının desteklenmesi, görevlerini yerine getirecektir.

## 3.4. İÇ TURİZM

### STRATEJİ

*"İç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması"*

Türkiye'de dış pazar kadar iç pazarın gelişmesi de turizm açısından önem taşımaktadır. Dünyada en fazla turist çeken ülkelerin aynı zamanda iç pazar potansiyellerinin de yüksek olduğu görülmektedir.

İç turizm pazarının başarısına yönelik olarak kamu özel sektör ve turizmdeki sektör kuruluşları ve STK'lar arasında güçlü bir işbirliği ve eşgüdüm sağlanacaktır. Bu doğrultuda, ulusal ve yerel ölçekte tarih, doğa ve kültür bilincinin gelişmesi için medya, eğitim ve öğretim kurumları ile çeşitli programlar ve kampanyalar düzenlenerek yerli turistlerin tatile özendirilmesi sağlanacaktır. Bu faaliyetler, turizm gelirlerinde iç turizmin payının yükselmesine yol açmakla kalmayıp, tarihi ve kültürel değerlerin tanınıp, korunmasında da büyük rol oynayacaktır.

İç turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve iç turizm gelirlerinin artırılması amacıyla; iç pazara yönelik tanıtım faaliyetleri artırılarak özel sektör, sektör kuruluşları ve STK'lar ile işbirliğine gidilerek, seyahat acentelerinin iç pazara yönelik, programların, reklamlarının ve turlarının artırılmasına yönelik özendirici çalışmalar yapılacaktır.

### 2023 YILI HEDEFLERİ

Türkiye'nin her bölgesinde alternatif turizm geliştirilecektir. Bu çerçevede, yeni geliştirilmesi planlanan varış noktalarında konaklama kapasitesi





geliştirilecek ve ulaşımın niteliği iyileştirilerek varış noktaları arasındaki seyahat olanaklarının geliştirilmesini hedefleyen çalışmalar yapılacaktır.

Türkiye'deki iç turizm payının ve gelirinin artırılabilmesi için farklı turistik ürün, tesis ve program alternatiflerinin oluşturulması ve ülke turistik değerlerinin tanıtılması sağlanacaktır.

Türkiye'de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır.

Türkiye'de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır.

İç turizmden başta dezavantajlı gruplar (özürlüler, düşük gelirliler, gençler, kadınlar, v.b.) ve genç nüfusun daha fazla yararlanmasına yönelik çeşitli sosyal turizm projeleri kamu ve özel sektör işbirliği ile geliştirilecektir. İç turizmin yönetimi ve yönlendirilmesinde kamunun etkinliğinin artırılması için iç turizm pazarının araştırılması ve değerlendirilmesine yönelik Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde İç Turizm Araştırma Birimi kurulacaktır.

İç turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yurda yayılması ana politikası çerçevesinde kültür turizmine önem verilecek ve marka kentlerin oluşturulmasına çalışılacaktır.

## HEDEFLERE DOĞRU

### İç Turizm Tanıtımı

İç turizmin tanıtımına yönelik plan ve programlar geliştirilerek tanıtımda yeni araçlar kullanılacaktır.

### İç Turizm Pazarının Desteklenmesi

Orta ve düşük gelir gruplarındaki yerli turistlerin tatil ihtiyaçlarını karşılamaları için turizm tesislerinin uygun kontenjan ve fiyat ayarlamaları yapmaları sağlanacaktır.

İç turizm pazarına paket tur sunan seyahat acentelerinin sayısının artırılması için bu tür acentelerin desteklenmesi sağlanacaktır.

Toplam nüfusumuzun yüzde 20'lik kısmını oluşturan hareketliliği daha fazla olan üniversite ve orta öğretim çağındaki bireylere ve bekar orta yaş grubuna hitap eden program alternatifleri geliştirilecektir. Gençliğin ülkemizi daha iyi tanınması, seyahat ve tatil alışkanlığı edinmesi açısından turizm işletmelerinin gençlik turizmine daha fazla yönelmeleri için sektör ile ortak çalışma ve programlar gerçekleştirilecektir.

### İç Turizm Pazarının İzlenmesi

Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde "İç Turizm" birimi kurulacaktır. Bu birimin katkıları ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca iç turizm istatistiklerinin tutulması ve bu istatistikler kapsamında "Yurt İçi Seyahate Katılan Vatandaşların Sayısı ve Değişimi", "Seyahat Amacına Göre Türkiye Vatandaşlarının Geceleme Sayısı", "Yurt İçi Seyahatlerde Yapılan Konaklama Çeşitleri" "Türkiye Vatandaşlarının Yurt İçi Turizm Harcamalarının Ekonomik Değeri" "Yurt İçi Turizm Faaliyetlerinin Dönemlere Göre Değişimi", değişik ölçütlere göre (yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, ekonomik durum vb) "Vatandaşların Yurt İçi Turizm Faaliyetlerinde Gösterilen Farklılık" vb. gibi ölçümler yapılacaktır.

### Alternatif Turizm

İç turizm pazarında alternatif turizme dayalı ürünler araştırılarak bölgesel ve yerel bazda kapasite artırmaya yönelik çalışmalar yapılacak ve bu değerlerin tanıtım ve pazarlaması yapılacaktır.

### Sosyal Turizm

Dezavantajlı grupların tatile çıkmalarını olanaklı kılacak sosyal turizm projeleri geliştirilecektir.



### 3.5. ARAŞTIRMA GELİŞTİRME

#### STRATEJİ

*“Turizm sektöründe AR-GE'nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikle ele alınması”*

Araştırma kavramı turizmde, rekabet, işbirliği ve yeni ürünlerin araştırılması çerçevesinde algılanmaktadır. İşletme ölçeğinde ürün canlandırması, personel niteliğinin artırılması, işbirliğinin araştırılması ve yeniliklerin araştırılmasına yönelik çalışmalar turizm sektöründe teşvik edilecektir. Bu noktada kamu, özel sektör, STK'lar ve üniversitelerle işbirliği mekanizmaları kurulacaktır. Araştırma ve geliştirme konularında işletmelere bilgi sağlanması amacıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde Ulusal Turizm Veri Tabanı oluşturulacak ve bu veri tabanının internet üzerinden üyelerin kullanımına sunulması sağlanacaktır. İşletmeler bu bilgileri kendi bünyelerinde değerlendirerek veya danışmanlık hizmetlerinden faydalanarak yenilikler yapabileceklerdir. İşletmelerin değişen ve gelişen turizm talebine paralel olarak ulusal kalkınmaya sosyo-ekonomik katkı sağlayabilmeleri için objektif ölçütlere dayanan ve uzmanlarca değerlendirmesi yapılacak şekilde işletmeler ve varış noktaları bazında Ulusal Turizm Ödülleri verilecektir. Bu ödüllerde ekonomik getiriler kadar, sektöre getirilen yenilikler ve sosyal faydalarda göz önünde bulundurulacaktır. Bu ödülün işletmeler arasında ulaşılması hedeflenen bir konumda olması sağlanacaktır.

#### 2023 YILI HEDEFLERİ

##### Araştırma süreci

- Sektörün görünümünün çıkarılmasını ulusal ve uluslararası model ve eğilimlerin belirlenmesini,
- Turizm faaliyetinin belirleyicisi ve sınırlandırıcılarının belirlenmesi ve politikaların hazırlanmasını,
- Turizmden kaynaklanan sosyo-ekonomik kazanımların belirlenmesi ve artırılması çalışmaları ile turizmin olumsuz yanlarının giderilmesi için nelerin yapılabileceğinin belirlenmesini,

- İşletme yönetiminde çevreyi dikkate alan bu çerçevede en az enerji ve doğal kaynaklar kullanarak en az atık üreten sistemlerin araştırılmasını,
- Ürünler, insanlar, uygulamalar ve işlemler için yeni fikirlerin ve yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

##### Geliştirme süreci

Turistik işletmeler açısından geliştirme, bir işletmenin yeni ekonomik faaliyeti, etkenlerin yeni bir birleşimi, farklı ürünlerde farklı şekillerde açığa çıkan yeni ürünler olarak tanımlanabilir. İşletmelerin ürünleri, süreçleri, pazarları, örgütsel yapıları ve istihdam edilen personelin yetilerindeki değişimleri içeren yenilik süreçleri pek çok işletme tarafından tam olarak anlaşılammış durumdadır.

Turizm sektörü, uluslararası anlamda rekabetçi, yenilikçi ve araştırmacı bir şekilde sürdürülebilir gelişim doğrultusunda yönlendirilecektir. Bunun için, bölgesel gelişimin sağlanabilmesi amacıyla, turizm arzı anlamında bölgesel çekiciliklerin rekabet edebilirliklerini ve çeşitliliğini artırılması, orta ve küçük ölçekli işletmelere teknik ve danışmanlık yardımlarının sağlanması, yurt içi pazarda talebin artırılması yönünde çalışmaların yapılması hedeflenmektedir.

Orta ve uzun vadeli turizm stratejisi ve politikalarının belirlenmesi kamunun yetki ve sorumluluğunda olmakla birlikte iyi yönetim çerçevesinde kurulacak konseyler doğrultusunda sektör kuruluşları ve STK'ların sürdürülebilir bir gelişim doğrultusunda planlama, uygulama ve yenileme çalışmalarına katkıda bulunma sorumluluğuna sahip kılınması hedeflenecektir.

##### HEDEFLERE DOĞRU

**Markalaşma:** Turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınması için;

- Türkiye İmajı Oluşturulması; uluslararası ve ulusal pazarlarda net bir imajın oluşturulması,



• Bölgesel ve Yerel olarak Turizm İmajı Oluşturulması; pazarlama faaliyetlerinde bir bütün halinde hareket edilmesi ve bölgesel değerlerin ön plana çıkarılması yoluyla varış noktalarının marka haline getirilmesi sağlanacaktır.

**Sürdürülebilir AR-GE:** Merkezi, yerel kamu ve özel sektör örgütlerinin yanı sıra araştırma ve istatistikî çalışmaların izlenmesi ve değerlendirilmesi işletme bazında da sürekli bir iyileştirme ve geliştirme hedeflenerek sürdürülecektir.

Turizm sektöründeki istatistikî veriler dünya standartlarında yeni gelişimlere ve araştırmalara destek olacak şekilde yeniden düzenlenecektir.

• Araştırmacıların ve işletmelerin istatistikî verilere ulaşımı sağlanacaktır. İşbirliğinin artırılması; kamu ve özel sektör arasında işbirliği ve eşgüdüm sağlanacaktır.

• İşletmelerin ulusal stratejiye uygun şekilde hareket etmelerine yarayacak veriler sunulacaktır.

**Ar-Ge Yönetimi:** Türkiye Turizm Stratejisi uygulama döneminde, turizm sektöründe Ar-Ge'ye hizmet edecek kurumlar şunlardır;

- Devlet Planlama Teşkilatı
- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Ulusal Turizm Konseyi
- İl Turizm Konseyleri
- Ulusal Turizm Belgeleme (Accreditation) Birimi
- İç Turizm Araştırma Birimi
- Turizm Eğitimi Yönlendirme Birimi
- Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi
- Üniversiteler

Yeni kurulması öngörülen bu kuruluşlar ve birimler pazarlama, araştırma, işbirliği kurma ve bölgeler itibarıyla turizm kapasitesinin belirlenmesi ve oluşturulması ve işletmelere bilgi akışı sağlanması gibi teknik konularda yardım edecekler bu sayede farklı pazar dilimlerine uygun yatırımların yapılmasına imkân sağlayacaktır.

### 3.6. ULAŞIM VE ALTYAPI STRATEJİSİ

#### STRATEJİ

*“Hızla gelişen turizm sektörünün yoğunlaştığı yerleşmelerin altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi”*

Ülkemizde turizm potansiyelinin çok yüksek olduğu Akdeniz ve Ege sahillerinin altyapı sorunlarının çözülmesi için, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi'nin tamamlanması yönünde çalışmalar yapılacaktır. Bu çerçevede, yerel yönetim ve kullanıcılar tarafından kurulacak altyapı birlikleri vasıtasıyla yürütülmesi öngörülen projenin finansmanında kullanıcının katkısının sağlanması, bu yönde kurumsal yapılaşmaya gidilmesi ve yasal düzenlemeler yapılması ile projeye ivme kazandırılacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm potansiyeli yüksek ve turizm gelişiminin sağlandığı ve geliştirilmesi öngörülen alanlarda altyapının geliştirilmesinde yerel yönetimlerle işbirliği içinde çalışmalarını sürdürecektir.

Ulaşım, turistleri bir tüketim noktası olan turizm bölgelerine bağlayan köprü niteliğindedir. Bu özelliği ile ulaşım turizm için bir ana üründür. Turizmde ulaştırmanın geliştirilmesi, daha sağlıklı işlemesi için ulaştırma türleri arasında bir entegrasyon oluşturulması gereklidir. Bu doğrultuda ülkemizde turizmin tüm yıla yayılması, kıyı turizmi dışında diğer turizm çeşitlerinin ve iç bölgelerimizdeki turizm aktivitelerinin geliştirilmesi için ulaşım bağlantıları güçlendirilecektir.

#### 2023 YILI HEDEFLERİ

Kültür ve Turizm Bakanlığı ATAK Projesinin tamamlanmasına özel önem vermekte olup Çanakkale il sınırından Antalya -İçel sınırına kadar uzanan 2.000 km sahil bandında, 2023 yılı hedef alınarak, yerleşik ve turistik nüfusun ihtiyacını karşılayacak içme suyu, kanalizasyon, atık su arıtma ve deşarjı, katı atık toplama ve bertaraf tesisleri gibi altyapı tesislerinin plan, proje ve inşaatları gerçekleştirilecektir.



Türkiye Turizm Stratejisi'nin en önemli özelliklerinden biri ulaşım sisteminde yapılacak düzenlemeleri de içermektedir. Bu doğrultuda turizm sektörü için önemli bir girdi olan kara, hava ve deniz ulaşım bağlantılarının turizm potansiyelleri ile bir bütün halde değerlendirilerek geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Ülkemizin doğal, tarihi ve turistik değerlerini daha iyi tanıtmak amacıyla, turizmin öznesi olabilecek denizyolları ve demiryollarının kamu ve özel sektör işbirliği ile yenilenecek ve geliştirilecektir. Ülkemizde ulaşımın çeşitlendirilmesinde kamunun yatırım payının en aza indirilmesi sektöre dinamizm kazandırılması açısından önemlidir. Bu nedenle, aşağıda sıralanan ve yatırımda kamunun maliyetini en aza indirmeyi amaçlayan finansman modelleri demiryolları, yat limanı ve kruvaziyer limanları, otoyollar ve bölünmüş yolların yapımında veya niteliklerinin artırılmasında kamu tarafından yatırımların finansmanında kullanılacak modeller olacaktır.

- Yap-İşlet-Devret (YİD)
- Yap-İşlet (Yİ)
- Tasarla-Yap-Finansla-İşlet (TYFİ)
- Yap-Sahiplen-İşlet-Devret (YSİD)
- Yap-Sahiplen-İşlet (YSİ)
- Yap-Kirala-İşlet-Devret (YKİD)
- Kamu Özel Sektör Ortaklığı (KÖSO) -
- Menkulleştirme -

## HEDEFLERE DOĞRU

### Turizm potansiyeli yüksek alanlarda altyapı eksikliğinin giderilmesi

Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm potansiyeli yüksek ve turizmin çeşitlendirilmesinin amaçlandığı alanlarda yerel yönetimlerle işbirliği, finansal destek vb. uygulamalar ile altyapıdaki eksikliklerin karşılanması için etkin bir çalışma sağlayacaktır. Bu doğrultuda, yeni geliştirilmesi hedeflenen varış

noktalarında, şehir ve kültür turizminin geliştirileceği, kıyı gerisinde kalan mevcut turizm alanlarında altyapı eksikliklerinin giderilmesi ve turizmin çeşitlendirilmesi kapsamındaki alanlarda altyapı gelişimine yönelik ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği için düzenlemeler gerçekleştirecek ve gerektiğinde yönlendirme sağlanacaktır.

### Zaman ve güvenlik açısından ön plana çıkan havayolu ulaşımının geliştirilmesi

Ülkemizin uluslararası turizm pazarına uzak olması, sınırlarımızın genişliği ve coğrafi şartlar (dağlık ve engebeli yapı) nedeniyle, Türkiye turizminin gelişimi için en uygun ulaşım türü havayoludur. Bu nedenle ülkemizde turizmin çeşitlendirilerek tüm yıla yayılmasında hava taşımacılığının rolü büyüktür. Hava yolu taşımacılığındaki gelişmeler, turizm sektörünü olumlu yönde etkileyecek ve turistlerin konaklama sürelerini uzatacaktır. Bu doğrultuda turizmin tüm yurda yayılması için gerek mevcut havaalanlarındaki eksikliklerin giderilmesine ve gerekse yeni havaalanlarının oluşumuna yönelik çalışmalar gerçekleştirilecektir. Bölgesel hava taşımacılığına işlerlik kazandırmak, atıl durumdaki stol hava alanlarını çalışır duruma getirmek turizmin daha sorunsuz ve sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır. Bölgesel hava taşımacılığının gelişmesi ile örneğin Anadolu'daki bir tur güzergâhında uzun bir yol turistleri sıkmadan ve zaman kaybı olmadan aşılacaktır. Ayrıca bu sayede daha kısa sürede turistlere daha fazla yer gezdirilebilecek ve ülkemizin tanıtımı daha iyi yapılacaktır. Bu ihtiyacı karşılamak için büyük yerleşim yerlerindeki uçuşlar ikinci ve üçüncü hava alanları ile geliştirilecektir.

### Ulaşımında demiryolu taşımacılığının payının arttırılması amacıyla bölgeler arası bağlantıların geliştirilmesi

Demiryolu taşımacılığında teknolojinin gelişimi sonucu, demiryolu ulaşımı güvenli ve rahat bir konuma ulaşmıştır. Artan çevresel duyarlılık sonucu demiryolu taşımacılığının karayolu taşımacılığına oranla önümüzdeki yıllarda öneminin artması beklenmektedir. Bu doğrultuda mevcut demiryolu bağlantılarını birbirleriyle birleştirecek ve ülke





genelinde ana turizm bölgelerini birbirine bağlayacak hızlı tren hatları ve bölgesel bağlantılar geliştirilecektir.

### Turizmde karayolu ulaşımında güvenliğin ve erişim kapasitesinin artırılması

Ülkemiz karayolu ağı, uzunluk olarak AB ülkeleri ortalamasının oldukça altındadır.

Özellikle turizm sektöründe yeni ulaşım bağlantılarının oluşturulması ve var olan ulaşım bağlantılarının güçlendirilmesi ile karayolunda ulaşım güvenliği ve niteliğinde artış sağlanacaktır. Türkiye Turizm Stratejisini destekleyici nitelikte ana bağlantılar üzerinde gerçekleştirilmesi öngörülen yeni varış noktalarını (Turizm Gelişim Bölgeleri, Gelişim Koridorları ve Gelişim Ana Aksları, Turizm Kentleri, Eko-turizm Bölgeleri, Marka Kentler) destekleyici bölünmüş karayolu bağlantıları geliştirilecektir.

### Deniz turizminin geliştirilmesi

Ülkemize gelen turistlerin daha uzun süre konaklamalarını sağlamak ve gelen nitelikli turist sayısını arttırabilmek için turizm potansiyeli yüksek bölgelerde, kruvaziyer yolcu taşımacılığına yönelik gereken altyapı ve üstyapının hızla tamamlanarak kruvaziyer limanların turizme açılması sağlanacaktır.

Ayrıca deniz turizmi sektöründe hızla gelişen bir diğer eğilim ise Mega Yat Limanlarıdır. İstanbul, Antalya, İzmir'deki yat limanlarının rehabilite edilerek Mega Yatları alacak şekilde geliştirilmeleri ile Türkiye turizminin yat turizminde aldığı payın artırılması sağlanacaktır. Bunun yanında mevcut ve projelendirilen yat limanlarına ilave olarak ülkemizde bulunan 200'ü aşkın balıkçı barınakları potansiyelinden faydalanılarak her 35 deniz milinde bir olmak üzere yat turizmine gerekli hizmeti sağlayabilecek şekilde yenilenmelerine yönelik çalışmalar ile sektörde önemli bir gelişim kazandırılacaktır. Ayrıca, yeni varış noktalarını destekleyecek nitelikte yat limanları planlanarak işletmeye açılacaktır.

### 3.7. TANITIM VE PAZARLAMA STRATEJİSİ STRATEJİ

**“Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması”**

Turizm bölgesi tanıtımı ve pazar analizleri gibi ana konularda tanıtımın baştan sona bilimsel analizler ve araştırmalara dayanacaktır.

Tanıtım faaliyetlerinde süreçler belirlenerek, pazar ülkelerde; pazarın özellikleri, müşteri gruplarının eğilim ve istekleri, demografik yapı ve rakip ülkelerin durumu araştırılması, geçerli ve güvenilir bilgiler toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması çalışma yöntemi izlenecektir.

Yapılan araştırmaların çözümlenmesi ve yorumlanması sonrasında pazardaki güçlü veya zayıf yanlar, fırsat ya da riskler ve tehditler de tespit edilecektir,

Turizm pazarında yarışabilmek ve pazar payını kaybetmemek için imajın sürekliliği sağlanacaktır. Halkla ilişkiler araçları etkin bir şekilde kullanımı ön plana çıkartılacaktır.

Yeni tanıtım stratejilerinde halkla ilişkiler (PR) faaliyetlerine ağırlık verilecektir.

Devlet ve özel sektör işbirliği, yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve markalaşma sağlanacaktır.

Turizmde yeni bilgi ve iletişim teknolojilerine uyum sağlanması ve müşteriyle bağlantının daha çok bu yönde yapılmasına ağırlık verilecektir.

Tanıtımdan, ürün pazarlamaya, bilgilendirmeye kadar internetin geniş bir yelpazede kullanılması sağlanacaktır.

Dünya nüfusunun değişmesine paralel olarak daha çok üçüncü yaş grubuna uygun tanıtım ve reklamlara ağırlık verilecektir.



Tanıtımlarda kitlesel tanıtımdan ziyade, özelleştirmeye gidilerek pazarlanacak hedef ürünler belirlenecektir.

Varış noktalarında markalaşmaya gidilecek, ülke markalaşması yanında varış noktası markalaşması sağlanacak ve tanıtımda varış noktalarına ayrı yer verilmesi sağlanacaktır.

Tanıtımda uluslar arası organizasyonlara katılım ve ev sahipliğinin yoğun olarak kullanılmasına önem verilecektir.

Sinema sektörü bir tanıtım aracı olarak kullanılacaktır.

### 2023 YILI HEDEFLERİ

Tanııtım faaliyetlerinde, farklı pazarlar ve pazar dilimleri arasındaki farklılıkların bilincinde olarak pazarlardaki tüketicilerin ortak istek ve arzuları üzerinde yoğunlaştırılmış bir tanıtım stratejisi hedeflenmektedir.

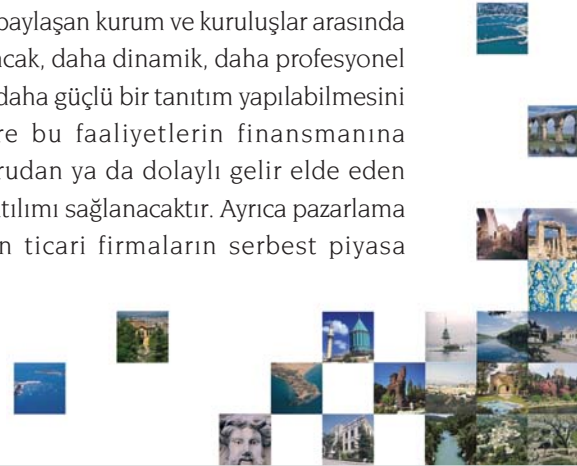
Kültür ve Turizm Bakanlığı tanıtım stratejisinin önemli bir bileşeni olacaktır. Stratejinin sonuçlarının test edilmesi, etkinliğinin ölçülmesi ve gerekli değişikliklerin yapılması ve 2023 yılına kadar olan faaliyetlerde de etkin kullanıma hedeflenmektedir.

Turizmde tüketicilerin varış noktasını nasıl algıladıkları, bu varış noktasının zihinlerinde nasıl yer aldığı, sektörün hedef kitle ile iletişiminin hangi düzeyde bulunduğu, yürütülen kampanyaların mesajları ile gerçeklerin ne kadar örtüştüğü belirlenmesi gereken sorun alanlarıdır. Bunun için Türkiye'nin dış tanıtımında, dünyadaki gelişmeler izlenerek kampanyaların varış noktası odaklı olmasına, hedef pazarlara yönelik ayrı ayrı düzenlenmesine, farklı, özgün ve ulusal değerlere sadık kalınarak çağdaş değerlerin vurgulanmasına, hedef kitleye yönelik turizm ürünlerinin ön plana çıkarılmasına fuar, ağırlama gibi halkla ilişkiler etkinlikleri ile desteklenmesine özen gösterilecektir. Kampanyalarda hedef kitleye hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmek için elektronik ortamdan daha fazla faydalanılacaktır.

### Kültür ve Turizm Bakanlığı tanıtım ve pazarlama eylemlerinde:

- Varış noktası odaklı, ürün üstünlüğümüzü ve toplam kaliteyi vurgulayacak,
- Ülke, bölge ve nokta bazında markalaşmayı sağlayacak,
- Ülkemiz turizm ürününün tanıtılmasını, turist sayısının ve turizmden elde edilen gelirin artırılmasını hedefleyecek,
- Akdeniz çanağındaki diğer varış noktalarından farklılık ve göreceli üstünlüğümüzün etkin tanıtım ve pazarlama araçları ile markaya bağlılığını sağlayacak,
- Farklı, özgün ve ulusal değerlere sadık kalınarak çağdaş değerleri vurgulayacak,
- Hedef kitleye yönelik ürünleri ön plana çıkaracak,
- Teknolojik gelişmelerden yararlanacak,
- Uluslararası başarılarla imza atarak ülkemizden övgüyle söz ettiren kişilerden yararlanacak,
- Halkla ilişkiler faaliyetleriyle desteklenen reklam kampanyaları yürütecek,
- Avrupa ülkelerindeki pazar payını sürdürülebilir turizm ürünlerinin tanıtımıyla arttıracak,
- Ürün çeşitlendirmesi yoluyla üst gelir turist gruplarını ülkemize çekecek,
- Turizm açısından hızla büyüyen Doğu Asya Pasifik bölgesi ve özellikle Hindistan ve Çin'e özel önem verecek,
- Ortadoğu ülkeleri, İran ve Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetlerinde bölgeye yönelik özel tanıtım kampanyaları düzenleyerek Pazar payını artıracaktır.

Tanııtım işlevini paylaşan kurum ve kuruluşlar arasında eşgüdüm kurulacak, daha dinamik, daha profesyonel ve mali yönden daha güçlü bir tanıtım yapılabilmesini sağlamak üzere bu faaliyetlerin finansmanına turizmden doğrudan ya da dolaylı gelir elde eden kesimlerin de katılımı sağlanacaktır. Ayrıca pazarlama ağını oluşturan ticari firmaların serbest piyasa



koşulları içinde birleşerek/işbirliği yaparak güçlenmeleri teşvik edilecektir.

Türkiye turizminin uluslararası turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için her yıl turizmden elde edilen gelirin yüzde 1'nin tanıtıma ayrılması hedeflenmektedir.

Ayrıca, e-tanıtım, e-pazarlama ve e-ticaret gibi yeni gelişmekte olan ve turizmi etkileyen teknolojilere kamu ve özel sektörce yeterli yatırım yapılacaktır.

Tanıtım ve pazarlamanın etkinliği değerlendirilecektir.

## HEDEFLERE DOĞRU

### Tanıtım faaliyetlerinde süreçlerin belirlenmesi

Tanıtım faaliyetinde olması gereken süreçler;

1. Finansman
2. Pazarların belirlenmesi
3. Pazar araştırması
4. Amaçlar
5. Tanıtım konusu
6. Kullanılacak tanıtım araçları
7. Tanıtım etkinliğinin ölçülmesi

Turistik tanıtım faaliyetine başlamadan önce;

- a) Neyin tanıtılacağı (Turistik ürün yada ürünlerin tespiti ve tanımlaması)
- b) Kime tanıtılacağı (Hedef kitle)
- c) Nerede tanıtılacağı (Seçilen Pazar)
- d) Ne zaman tanıtılacağı
- e) Nasıl tanıtılacağı (Uygulama)

### Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde alternatif stratejilerin belirlenmesi

Pratikte turizm örgütlerinin izleyebileceği çeşitli "tanıtım/pazarlama" stratejileri değerlendirilmekte birlikte teorik olarak dört alternatif strateji belirlenmiştir;

• **Tek-hedef-kitle Tanıtım Stratejisi** (belirlenmiş tek hedef kitleye yönelik strateji)

• **Yoğunlaştırılmış Tanıtım Stratejisi** (birden fazla hedef kitleye yönelik strateji)

• **Bütünsel Tanıtım Stratejisi** (pazardaki bütün segmentleri kapsayan strateji)

• **Ayrıştırılmamış Tanıtım Stratejisi** (Segmentler arasındaki farklılıkların bilincinde olarak segmentlerin ortak yönlerini dikkate almaya yönelik strateji)

### Kamu-özel sektör işbirliği

Kamu-özel sektör işbirliği; devletin koordinatör ve özel sektörün uygulayıcı olması ve devletin finansman olarak tanıtımda özel sektöre destek vermesi konusunda teşvikler ve kredilerde farklı yaklaşımların geliştirilmesi sağlanacaktır. Bu noktada konseylerin çalışmalarından yararlanılacaktır.

### İyi imaj yaratılması

Türkiye turizmini doğrudan etkileyen terörist faaliyetlerin, demokrasi, insan hakları gibi konulara ilişkin olarak dış basında yer alan olumsuz yayınlar ve Türkiye'nin coğrafi konumu nedeniyle yakın bölgesinde yaşanan savaşlar ile siyasi istikrarsızlıkların neden olduğu imaj sorunlarının olumsuz etkilerini azaltmaya dönük tanıtım çalışmaları yapılarak iyi imaj yaratılmasını sağlayıcı proje ve programlar hazırlanacaktır.

## 3.8. EĞİTİM STRATEJİSİ

### STRATEJİ

**"Turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesi"**

Turizm eğitimi, turizm kaynaklarının farkına varılmasını, korunmasını ve ülke ekonomisine turizmin katkısının en üst seviyeye çıkarılmasını amaçlayacaktır. Eğitim kapsamında öğrencilere her turiste eşit ve dürüst hizmet verme ahlakı, konukseverlik ve uzun vadeli kazançları dikkate alma temel olarak verilecektir.



Mesleki turizm eğitimi niteliğinin ve eğitimi veren kurumların kurumsal kapasitelerinin geliştirilmesi sağlanacaktır. Ülke turizminin itibarı ve karlılığı, eğitim kalitesinin sürekliliğine bağlıdır. Etkin bir eğitim yapılabilmesi için, eğitim ve öğretimdeki yenilikler sürekli bir şekilde takip edilerek, turizm sektöründeki bugünkü ve gelecekteki olası değişimler iyi analiz edilerek eğitim programlarının elde edilen bulgular doğrultusunda hazırlanması sağlanacaktır.

Turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesi sağlanacaktır. Turizm eğitimi veren kurumlarda ve toplumda “eğitimde kalite bilinci” oluşturulması gerekliliği ön plana çıkarılacaktır. Turizmde Toplam Kalite Yönetimi uygulamalarında grup çalışmalarına önem verilecek, yeniliklere açık ve kendini geliştiren yetenekli öğrenciler teşvik edilecektir. Eğiticilerin başarı değerlendirmeleri performans ölçümünü esas alan bir modele dayanacaktır.

Turizmin istediği nitelikte işgücünün yetiştirilmesinde özel sektörün katılımı ve desteği sağlanacaktır.

## 2023 YILI HEDEFLERİ

Turizm politikasını yönlendirecek yönetici ve araştırmacıların yetiştirilmesine yönelik akademik eğitim politikaları belirlenirken turizm sektörüne kalifiye eleman yetiştirecek mesleki eğitim bir arada ele alınacaktır.

Turizm sektöründe nitelikli ve yeterli işgücünün yetiştirilmesi konusuna öncelik verilecektir.

Turizmin gelişmesinde etkin güçlerden biri olan yerel yönetimlerin turizm işletmelerinde hizmet ve çevre kalitesini artırıcı yönlendirmeler yapmaları sağlanacaktır. Turizmde toplum bilincinin oluşması için yaygın eğitim programları düzenlenerek özellikle medyanın bu konuları işlemesini özendirici tedbirler alınacaktır.

Turizm Eğitimi ve Öğretimi ders programlarına yeni turizm çeşitleri ile ilgili dersler eklenerek değişen turizm arz ve talebini karşılayabilecek eleman yetiştirilmesi sağlanacaktır.

Yaygın turizm eğitimi için, toplumsal düzeyde işitsel

ve görsel iletişim imkânları kullanılacaktır. Yaygın turizm eğitimi sektörde çalışan kişilerin beceri ve niteliklerinin artırılmasına yönelik olarak yapılacak ve geniş kitlelerin eğitilmesini hedeflenecektir. Bu eğitimin nihai hedefi “belgelendirme” olup belgeler de iş başı eğitimi sürecinde verilecektir.

## HEDEFLERE DOĞRU

### Akademik eğitim ve turizm sektörüne nitelikli eleman yetiştirecek mesleki eğitimin bir arada geliştirilmesi

Turist rehberlerine her yıl verilen seminerlerin üniversitelere veya meslek kuruluşlarına bırakılarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turist rehberliğinin yasalara uygun olarak yapıldığını denetleyen bir kurum olarak işlev görmesi sağlanacaktır.

Mesleki eğitimde standardizasyon, değerlendirmenin yapılması, uluslararası standartlara göre verimlilik, hizmet kalitesinin gelişimi ve istihdam için gerekli olan beceri düzeylerinin belirlenmesi belgelendirme ile sağlanacaktır. Acenta ve rehberlerin hizmet içi eğitimlerle ve yaptırımlarla kalitelerinin yükseltilmesi sağlanacaktır. Turist rehberlerinin bir kuruluş altında birlik kurmaları temin edilerek rehberlerin eğitim yoluyla branşlaşmaları sağlanacaktır.

Rehberlik lisans eğitimleri ya da rehberlik sertifika eğitimi düzenleyen fakültelerin “Türkiye Turu Uygulama Gezileri” standart bir program haline getirilecektir. Bu eğitimler ve geziler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kontrol edilecek ve Kültür ve Turizm Bakanlığınca belirlenen koşullara uygun olup olmadığı gerektiğinde denetlenecektir.

Turizm İşletmeciliği bölümü bulunan üniversitelerin, turist rehberliği alanında yüksek lisans açmaları ve açılacak turist rehberliği yüksek lisans programlarına, yabancı dil bilen lisans mezunlarının kabul edilerek tezli veya tezsiz yüksek lisans eğitimi verilmesi sağlanacaktır. Bu işleyiş, turizm rehberleri arasında branşlaşma ve uzmanlaşmayı arttıracak gibi turizm sektöründe çalışanların eğitim seviyelerinin yükselmesine de katkıda bulunacaktır.

Rehberlik eğitiminin lisans düzeyinde verilmesi sağlanarak ön lisans düzeyinde turist rehberliği





eğitimi veren bölümler kapatılacaktır. Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren okulların yüksek lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi vermeye başlaması rehberliğin branşlaşmasını kolaylaştıracaktır. Ayrıca rehberlik bölümü bulunan üniversiteler İngilizce, Almanca ve Fransızca dillerinde eğitim vermektedir. Bu durumda ise nadir diller ihtiyacı karşılanamamaktadır. Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı, ihtiyaç duyulan uzmanlaşma dallarında ve dillerde öğrencilerin yetiştirilmesi için MEB ve YÖK arasında işbirliği ve eşgüdüm sağlayacaktır.

### Yaygın eğitimin geliştirilmesi

Yaygın eğitimin geliştirilmesi konusunda medyadan yararlanılacaktır. Temel eğitimin kalitesi, etkin bir işgücü gelişimini sağlayacağı gibi sektördeki dağınıklığın ve eşgüdümsüzlüğün önlemesine de katkıda bulunacaktır. Ayrıca, etkin ve başarılı bir turizm eğitimi, sektörde çalışanların veya çalışacak olanların kariyer ve sürekli iş olarak turizme bakışlarını değiştirecektir. Sektördeki toplam kalite şüphesiz eğitim seviyesinin yükselmesiyle sağlanacaktır. Yaygın eğitim veren kurumlarda verilen eğitimlerin kalitesi uygulamaya yönelik olarak arttırılacaktır. Turizm ve otelcilik eğitimi kurumlarında, meslek dersleri eğitimcilerinin bilgi ve deneyimlerini arttırmaları ve yeniliklerden haberdar olmaları sağlanarak yaygın eğitimin geliştirilmesi sağlanacaktır.

Yaygın eğitimin Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinatörlüğünde ve katılımcı bir şekilde sürdürülmesine yönelik model benimsenecektir.

### Turizmin istediği nitelikte işgücü yetiştirilmesinde özel sektörün katılımı

Turizm meslek örgütleri, üye işletmelerde kaçak personel çalıştırılmasının önüne geçmek için yetkilendirilecek, bundan sorumlu tutulmaları sağlanacak ve işletmelerin bu örgütlere üye olmaları zorunlu kılınacaktır. Turizm ve otelcilik faaliyetlerinin hukuki çerçevede tanımlanması ve meslek için gereken asgari niteliklerin, gerekliliklerin, eğitim düzeyinin belirlenmesi ve mesleki unvanları koruyacak yasal bir düzenlemenin getirilmesi sağlanacaktır.

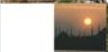
Turizm sektöründe eğitilmiş elemanların oranını ve hizmet kalitesini yükseltmek için belgeli ve en az üç yıldızlı otel işletmelerinden turizm eğitimi alan öğrencilere uygulama imkânları sağlanması koşulu getirilecektir. Turizm işletmeciliği mesleki statüye kavuşturularak çalışanların belli bir nitelikte olması sağlanacaktır. Turizm eğitimi veren yüksekokullar için tüm tarafların görüşleri alınarak bir staj yönergesi yayınlanacak ve uygulanması sağlanacaktır.

### Yaygın ve örgün eğitimde içeriğin yenilenmesi ve güncellenmesi

Üniversitelerin "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümlerinde"; okutulmakta olan, genel turizm, yabancı dil, ön büro hizmetleri, kat hizmetleri, örgütsel davranış, işletme, yönetim ve organizasyon, ekonomi, turizm ekonomisi, turizm pazarlaması, turizm mevzuatı, turizm politikası ve uygulaması, turizm rehberliği, servis uygulamaları, insan kaynakları yönetimi, yiyecek-içecek hizmetleri yönetimi, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü, konaklama işletmelerinde muhasebe uygulaması, konaklama işletmelerinde finansal yönetim gibi derslerin yanı sıra; turizm sosyolojisi, dünya mutfakları ve kültürleri, Anadolu uygarlıkları ve kültürleri, turizmde araştırma yöntemleri, turizmde yeni varış noktaları oluşturma, davranış bilimleri, yeni turizm ürünü ve çeşidi araştırmaları ve branşlaşma (yatçılık, mağaracılık, su altı, dağcılık, rafting vb.) eğitimleri gibi turizm sektörünün değişen gereksinimlerini karşılayacak derslere de yer verilecektir.

### Turizm Eğitiminde Kültür ve Turizm Bakanlığının Ana Politikayı Belirlemesi

Turizm eğitiminin planlanmasında örgün ve yaygın turizm eğitime yönelik politikalar ve stratejilerin belirlenmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı daha aktif bir rol üstlenmesi sağlanacak ve eğitimin niteliği, içeriği ve politikalarına yönelik yaklaşımlar geliştirilecektir.



### 3.9. HİZMET KALİTESİ STRATEJİSİ STRATEJİ

#### **“Turizm sektörünün her bileşeninde Toplam Kalite Yönetiminin Etkin Kılınması”**

Hizmet kalitesinin ve standardının geliştirilmesi, sürekli gelişmeyi, müşteri ve çalışan memnuniyetini, katılımı ön planda tutan bir yönetim anlayışını getirecektir. Böylece kalite uygulamalarının sürekliliğinin sağlanması işletmelerin hizmet standardını ve verimliliğini artıracak, rekabet gücü ve pazarlama açısından da işletmelere büyük yararlar sağlayacaktır.

Gelmeye açık bir kalite sistemi ile hizmetler iyileştirilecektir. Böylelikle, verimlilik artacak, mevcut kaynaklar optimum kullanılacak ve işin hatasız yapılması ile hizmet maliyeti düşecek ve zamandan tasarruf edilecektir. Kalite uygulaması ile hizmette hız, etkinlik ve verimlilik sağlamanın yanı sıra çalışanların ve müşterilerin katılımı ve işbirliği konusu olacaktır.

Hizmet sunumunda işletmenin ve bireyin amaçları arasında denge sağlamak üzere, kalitenin geliştirilmesinde, sürekli eğitim, eşgüdüm ve motivasyon ile işgücünün ve yönetimin etkinliğinin geliştirilmesi sağlanacaktır.

Turizm sektöründe işletmelerin, meslek ve hizmet birliklerinin, yerel yönetimlerin ve diğer kurum ve kuruluşların toplam kalite yönetimi konusunda bilgilendirilmeleri ve başarılı uygulamaların kamuoyuna tanıtımı sağlanacaktır.

Artan rekabet koşulları göz önüne alınarak kalite konusunda bilinç geliştirilerek talep yaratılacak ve hizmetler zincirindeki kalite standartları artırılarak yaygınlaştırılacaktır.

Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarlarda değişen tüketici tercihleri göz önüne alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacıyla alternatif turizm olanakları ile ilgili planlama faaliyetleri sürdürülecektir. Alternatif turizm olanakları yaratılarak talebin artırılmasını sağlamak ve iç turizmi

geliştirmek amacıyla sektörün mevsimsellik özelliğini değiştirmeye yönelik yasal-yönetimsel düzenlemeler yapılacak, doğal, tarihi ve sosyal çevreyi koruyan ve sürdürülebilir kılan, karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitleri ön plana çıkarılacaktır.

Hizmet kalitesini artırmak için mesleki niteliklerin belgelendirilmesi sistemine geçilecektir.

Mevcut turistik bölgelerde ve yeni gelişim bölgelerinde fiziki kapasite kullanımında taşıma kapasitesi ölçümü yapılacaktır.

#### **2023 YILI HEDEFLERİ**

Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için hizmet standardının yükseltilmesi öncelikle ele alınması gereken unsurdur.

Bu amaçla, hizmet kalitesinin artırılarak müşteri memnuniyetinin maksimum düzeye çıkarılması ve süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturulması ve turizmde sürekli gelişme kavramının yerleşmesi sonucu yaratılacak talep ile turizm gelirlerinin artırılması hedeflenmektedir.

Teknolojinin değişim hızı turizm sektöründe hizmetin daha etkin ve hatasız sunulması beklentisini beraberinde getirmekte ve daha az kaynak kullanılarak daha nitelikli hizmet hedeflenmektedir. Bu nedenlerle hizmet standartlarının geliştirilmesinde yeni bir ürünün tasarımı ya da mevcut ürünün geliştirilmesi, farklı hedef gruplarında yer alan turist beklentilerine göre şekillendirilecektir.

Esneklik, saydamlık, katılımçılık ve hesap verilebilirlik anlayışına dayalı bir yapının tüm örgütlenmelerde ve her kademede kurulması ile müşteri odaklı, kaliteli ve etkili hizmetin temeli oluşturulması hedeflenmektedir.

Sektöre hizmet sağlayan kamu ve özel sektörde kalite yönetimine dayalı bir sistemin kurulması, işlevi kalmamış birimlerin kaldırılması veya yeni işlevler kazandırılarak yönlendirilmesi, zorunlu olmadıkça yeni birimlerin oluşturulmaması, hizmet gereklerine uygun sayı ve nitelikte personel istihdamı, merkezi ve yerel yönetimler arasında dengeli bir görev ve yetki bölüşümünün yapılması hedeflenmektedir.



Müşteri/vatandaş odaklı bir hizmet anlayışının benimsenmesi ile bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması verimli ve etkili bir hizmet ortamının oluşturulmasını sağlayacaktır.

Turizmde özel sektörün etkinliklerini artırıcı turizmden sorumlu kamu otoritesi yani Kültür ve Turizm Bakanlığı yerel ve meslek kuruluşlarının örgütlenmesinde standartları belirleyen, planlayan, koordine eden ve güçlü gözetim ve denetim mekanizmasına sahip bir üst kurum olarak yapılandırılacaktır.

Yerel yönetimlerin işlevselliklerinin artırılması yönünde düzenlemelerin yapılması hedeflenmektedir. Yerel yönetimlerin proje uygulayıcısı olarak mevcut yapıda daha da güçlendirilmesi ve sektörün önemini kavrayarak yerelden merkeze doğru hareket etmelerini sağlayıcı bir rol üstlenmeleri sağlanacaktır.

Kamunun sektörü desteklemede araç olarak kullandığı tüm ödenek, fon, teşvik ve sübvansiyonların eşgüdümlü hale getirilerek, işbirliği içinde sektörün maksimum fayda sağlayacağı şekilde değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Hizmetin kalitesini artırmaya yönelik olarak eğitim konusunda sektörün bilgilendirilmesi ve desteklenmesi hedeflenmektedir.

Turistik tesislerin çalıştırdıkları elemanlar çalışma koşulları, iş sağlığı ve güvenliği bakımından etkin bir şekilde denetlenecektir.

Turizmin yoğunlaştığı yörelerde ve yakın çevresinde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunları yerel yönetimlerle işbirliği içinde, altyapıyı kullananların da katkılarıyla çözümlenecektir.

## HEDEFLERE DOĞRU

### Kalite anlayışı bilinci oluşturmak

Kalite anlayışı turizmin her alanında ve her basamağına uygulanacaktır. Turizm sektöründeki kaliteyi artırmak için mesleki eğitim desteklenecektir. Sürdürülebilir gelişme ve çevre korumasına yönelik çalışmalar yapılacak ve turizmle ilgili kurum ve kişiler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı sağlanacaktır.

Kültürel mirasın korunması ve turizm içindeki önemi ile gerekliliğinin anlaşılacak değerlendirilmesine yönelik yapılacak çalışmalara yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının dahil edilmesi sağlanacaktır.

### Kaliteyi “ölçülebilir” kılmak

Turizmin yoğun olarak konumlandığı merkezlerde hizmetin kalitesini ölçmek ve takip etmek için ortak metod ve ölçü araçlarına karar verilecek ve bunların kullanımı yaygınlaştırılacaktır.

Konaklama tesislerinin belgelendirilmesinde farklılıklar giderilerek tek bir sistem kurulacaktır.

Uluslararası standartlara uyum sağlanacak ve bu standartların korunarak, sürekliliğini sağlayacak mekanizmalar, rekabet kuralları çerçevesinde, sivil toplum kuruluşları aracılığı ile geliştirilecektir.

### Planlı Gelişme

Altyapı ve üstyapı yatırımları fiziksel planlara uygun olarak gerçekleştirilecektir. Bu maksatla yatırıma açılması uygun görülen alanlarda öncelikle fiziksel planlama çalışmaları tamamlanarak yürürlüğe konulacaktır.

Özel sektörün alternatif konaklamaya yönelik kırsal turizm tesisleri, özel nitelikli tesisler ve pansiyon gibi konaklama üniteleri kurması desteklenecektir.

### Mevzuat düzenlemeleri

Turizm gelirlerinin hesabında turizm uydu muhasebesi sistemine geçilecektir.

Doğal ve tarihi çevrenin korunmasında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Orman Bakanlığı ve ilgili STK'lar ile işbirliği yaparak çevreye yönelik tehdit niteliğindeki her türlü eylemin önlenmesi için müdahale, yargılama ve yaptırımların uygulanmasında hız ve etkinliği artırılabilecektir.

Çevre Kanunu, Turizmi Teşvik Kanunu ve Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kanunu uygulamalarında ve bağlı yönetmeliklerde bu amaçla gerekli düzeltmeler yapılacaktır.



Turizm sektöründe hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve etkinliğinin sağlanması için sektörde karar verme mekanizmaları iyi yönetim çerçevesinde yeniden tasarlanacaktır.

### Eğitim ile kalitenin artırılması

Mesleki niteliklerin belgelendirilmesi (sertifikasyon) sistemi ile mesleki eğitimde standardizasyon sağlanacak, hizmet kalitesinin gelişimi açısından belirlenen nitelikleri gerçekleştirecek bir dizi eğitim programı hazırlanacaktır

## 3.10. KENTSEL ÖLÇEKTE MARKALAŞMA STRATEJİSİ

### STRATEJİ

*“Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi”*

Şehir turizmi metropol ölçeğindeki büyük şehirlerde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Paris, Londra, Montreal ve Prag şehir turizminin yapıldığı en önemli kentler arasındadır. Şehir turizminde şehrin turizm potansiyeli ve çizdiği imaj çok önemlidir. Bu nedenle, şehrin tüm çekim noktalarının maksimum düzeyde kullanılması gereklidir. Ülkemizde öncü örnek olarak dünyanın en büyük turizm potansiyeline sahip metropollerinden biri olan İstanbul'da ve diğer büyük şehirlerimizden Ankara, İzmir ve Antalya'da şehir turizmi projesi başlatılması önerilmektedir. 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olarak İstanbul'un belirlenmesi bu şehrimizin kültür, sanat, şehircilik ve çevresel kalite olarak güçlendirilmesini gündeme getirmektedir.

### 2023 YILI HEDEFLERİ

- Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya'da şehir turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projeleri yaşama geçirilecektir.
- Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulacaktır.

- İç ve dış turizmde kültür turizmi hareketini artırmak için her yıl Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bir şehir “Kültür Turizmi Kenti” olarak ilan edilecektir.

- Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu yaptırılacaktır.

- Yöresel etkinlikler uluslararası standartlara uygun biçimde geliştirilecektir.

- Kültürel ve sanatsal gösterilerin sergileneceği tesisler ve mekanlar yapılacaktır.

- Yerel halkın soyut ve somut kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda bilinçlendirilmesi sağlanacaktır.

- Şehirlerimizin zengin kültürel mirasını vurgulayan ulusal uluslar arası düzeyde tanıtım ve pazarlama yapılması sağlanacaktır.

### HEDEFLERE DOĞRU

#### Mimari düzenlemeler

- Uluslararası standartlarda şehir müzeleri kurulacak,
- Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu yapılacak,
- Tarihi dokuları ve eski merkezleri yenilenmesi projeleri hazırlanacak,
- Anıt, kale, su kemeri, sur, han, kervansaray v.b. tarihi yapıların ışıklandırma ve çevre düzenlemeleri yapılacak,
- Tarihi çekim noktalarının çevresinde turistik yeme-içme tesisleri yapılması,
- Ülkemizin meşhur el sanatlarından deri, halı, takı gibi ürünlerin sunulacağı Kapalıçarşı benzeri otantik alışveriş merkezleri yapılacak ve mevcut olanların iyileştirilmesi sağlanacak.

#### Ulaşım Sistemi ile ilgili Düzenlemeler

- Havaalanı otelleri yapılacak,
- Havaalanı-kent merkezi toplu taşıma sistemleri kurulacak,





- Kıyı şehirlerindeki iskele ve limanlarda düzenlemeye gidilecek,
- Deniz turizmi olanakları geliştirilecektir.

### Kültürel Akıların düzenlenmesi

- Kongre turizmine yönelik tesis ve aktivitelerin canlandırılması çalışmaları başlatılacak,
- Fuar ve kongre merkezleri yapılacak,
- Sanat köyleri kurulacak,
- Ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyetler düzenlenecek,

### Fiziksel -Sosyal Düzenlemeler

- Kent merkezinde turizm danışma büroları açılacak,
- Yerel idare ve ilgili kuruluşlar ile işbirliği yapılarak altyapı ve üstyapı eksiklikleri tamamlanacak,
- Yön levhaları ve bilgilendirme tabelaları konulacak,
- Şehir turları kapsamında tur güzergahını ve çekim noktalarını gösterir özel şehir haritaları ve broşürleri basılacak ve sahip olunan değerlerin gerek ülke çapında gerekse yurtdışında tanıtım ve pazarlaması yapılacaktır.

## 3.11. TURİZM ÇEŞİTLENDİRİLMESİ STRATEJİSİ

### STRATEJİ

*“Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi”*

Turizm sezonunun bütün bir yıla yayılması turizm ürününün çeşitlenmesine bağlıdır bu kapsamda öncelikli olarak belirlenen turizm türleri desteklenerek gelişmeleri sağlanacaktır.

## 2023 YILI HEDEFLERİ

### Sağlık Turizmi ve Termal Turizm:

- Troya, Frigya ve Afrodısyia bölgelerinin her biri termal ve kültür temalı bölgesel varış noktası olarak geliştirilecek, termal ve kültür turizmi kapasitesinin alternatif turizm türleri ile bütünleşmesi sağlanarak yakın çevredeki diğer kültürel ve doğal değerlerle de ilişkilendirilecektir.
- Jeotermal kaynakların bulunduğu bölgeler dikkate alınarak etaplamalar şeklinde tüm kaynakların değerlendirilmesine yönelik çalışmalar sürdürülecektir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığınca bugüne kadar ilan edilen termal turizm merkezlerine ilişkin imar planları ve revizyon imar planlama çalışmaları tamamlanacaktır.
- Ülkemizin Avrupa'da termal turizm konusunda birinci varış noktası olması sağlanacaktır.
- Jeotermal suyun etkin bir şekilde dağıtımını amacıyla belirlenen pilot bölgelerde mahalli idareler birliği ve dağıtım şirketleri kurulması yönünde çalışmalar yapılacaktır.
- Jeotermal kaynak odaklı 'Turizm Merkezi' ve/veya "Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi" ilan edilebilecek alanlar belirlenerek fiziki planlarının tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi kısa bir sürede gerçekleştirilecektir.

### Kış Turizmi:

- Ülkemizde kış turizmine elverişli alanların tespiti ve değerlendirmesi için kapsamlı bir analiz çalışması yapılacaktır.
- Varış noktası olabilecek şekilde belirlenen kış turizm bölgeleri ile termal turizm, kültür ve kongre turizmi, dağ ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türleri birlikte değerlendirilecek ve geliştirilecektir.
- Öncelikli olarak geliştirilecek alanlar kapsamında, ilgili yerel yönetimler ve Valilik ile işbirliği içerisinde yapılacak planlama çalışmaları, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sağlanacak arazi tahsis teşvikleri, altyapı çalışmaları ile geliştirilecektir.



- Kış turizminin gelişimi için, iç turizm teşvik edilecek gençlerin bu spora yönlendirilmesi sağlanacaktır.

### Golf Turizmi:

- Ülkemizin golf sporuna uygun iklim yapısı, topografik özellikleri, zengin tarihi ve kültürel yapısı değerlendirilerek golf turisti çekimi arttırılacaktır.
- Ülkemizde yeni golf sahaları üretilecektir.

### Deniz Turizmi:

- Ülkemizde önümüzdeki dönemde nitelikli ve sürdürülebilir deniz turizmi geliştirilecektir.
- Halihazırda Trabzon, Kuşadası, Samsun, İzmir, Antalya ve Mersin'de bulunan ve Kruvaziyer gemi kabul eden limanlar yenilenerek genişletilecektir.
- İstanbul'daki liman kapasitesi hızla geliştirilecektir.
- İstanbul, Antalya ve İzmir'de bulunan yat limanlarının mega yatları kabul edecek şekilde revize edilmesi sağlanacaktır.
- Özellikle Karadeniz'deki balıkçı barınaklarının yatları da kabul edecek hale getirilmesi sağlanacaktır.

### Eko turizm:

- Ülkemizde eko-turizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısı geliştirilecek ve niteliği arttırılacaktır.
- Doğa amaçlı turizmin yapılacağı yörelerde belli senaryolar çerçevesinde, ana tur güzergahları, varış noktaları, ara istasyon ve alt istasyon noktaları belirlenerek planlama çalışmaları yönlendirilecektir.
- Yaylaların yoğunlaştığı alanlarda spot merkezler veya aks olarak öncelikli turizm gelişme/eylem bölgeleri belirlenecektir.
- Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları işbirliği ile agro-turizm, macera turizmi, mağara turizmi, spor turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için eylem planları hazırlanacaktır.

### Kongre ve Fuar Turizmi:

- Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin öncelikle ele alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirici çalışmalar yapılacaktır.
- Kongre turizmine yönelik planlama ve tahsis çalışmaları yapılarak, yatırımcılara yön gösterici, kongre, fuar vb. etkinlikleri teşvik edici politikalar geliştirilecektir.
- Kongre turizminde varış noktası yönetim şirketlerinin rolü yeniden düzenlenecektir.
- Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslararası havaalanına sahip olması sağlanacaktır.
- Her ilde bir kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse de uluslararası kongrelerin Türkiye'de yapılması için tanıtma, planlama ve uygulama projeleri yapılacaktır.
- Fuar turizminin geliştirilmesi için fuar şehirleri ve merkezleri belirlenerek fuar organizasyonları geliştirilecektir.
- İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara) Birinci derecede önemli Fuar illeri olarak ve 15 yıllık zaman zarfında bu şartları kazanabilecek 3 ilimiz Adana, Gaziantep, Trabzon İkinci derece önemli fuar ili olarak belirlenerek bu çerçevede planlama çalışmaları yapılacaktır.
- 1. ve 2. derece Fuar şehirlerinde bulunan Fuar merkezlerinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Fuar Merkezleri Yönetmeliğine ek olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı konfor ve teknik altyapı standartları belirlenecektir.
- 1. ve 2. derece Fuar illerinde bulunan Fuar Merkezlerinin çevre düzeni planları, kentin ana ulaşım planı, kentin konaklama, restoran hizmetlerinin fuarlardan beklenen faydayı azamiye çıkaracak yönde gerçekleştirilmesi yönlendirilecektir.
- Bu illerin dışından gelecek "Fuar Merkezi" yapma talepleri Ulusal Turizm Konseyi, TOBB ve DPT'nin görüşleri doğrultusunda değerlendirilecektir.



- 1. ve 2. Derece Fuar şehirlerinde bulunan fuar merkezleri Kültür ve Turizm Bakanlığının tanıtım materyallerine alınarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilecektir.

## HEDEFLERE DOĞRU

### Sağlık Turizmi ve Termal Turizm:

- Öncelikli olarak dört bölge için termal turizm master planı hazırlanacaktır. Bu bölgeler aşağıda verilmektedir.

**Güney Marmara:** Balıkesir, Çanakkale, Yalova

**Güney Ege:** Aydın, Denizli, Manisa, İzmir

**Frigya:** Afyonkarahisar, Ankara, Uşak, Eskişehir, Kütahya

**Orta Anadolu:** Aksaray, Kırşehir, Niğde, Nevşehir, Yozgat

Bu bölgelerde termal turizm merkezleri belirlenecek ve termal turizmin altyapı ve üstyapısının geliştirilmesine yönelik stratejiler hayata geçirilecektir.

- Özel sektörü teşvik amacıyla kamu arazisi ve termal su tahsisleri yapılacaktır.
- Yerel yönetimlerce başlatılacak termal projeler için mutlaka uzman kurum ve kişilere fizibilite etütleri yaptırılacaktır.
- Termal tesisler bir kompleks şeklinde planlanarak, otel ve kür merkezleri etrafında yeşil alanlar, koşu ve gezi parkurları,(aquapark gibi su oyunları v.b.) eğlence mekanları düzenlenerek çevre niteliği yükseltilecektir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkisinin bulunmadığı Turizm Merkezleri dışında ki kaplıca sahalarına ilişkin imar planlarının uzmanlarınca hazırlanması, onay öncesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı teknik görüşünün alınması sağlanacaktır. İmar planı uygulamalarında, ilgili ve uzman kurum ve kuruluşlarca jeolojik-hidrojeolojik etütler, kaynak koruma alanları tespitleri öncelikle yapılacaktır.
- İmar planlarında otel+kür merkezi+kür parki entegrasyonu iyi kurulacak yatırım alanları termal su potansiyeline göre belirlenecektir. Termal suya

ilişkin tespitler ve kullanım hakları imar planları ile belirlenecektir.

- Termal alanlar içerisinde ve civarında oluşan II. Konut türü talepler iyi etüt edildikten sonra değerlendirilecektir.

- Termal suyun konutlarda, konut devre mülklerinde ve konut kooperatiflerinde ferdi olarak kullanımı yerine ortak (kür merkezi v.b.) mekanlarda kullanımı özendirilecektir.

- Termal turizm merkezlerinde termal turizm amacına uygun olmayan (Sağlık Bakanlığından alınmış Kaplıca Ruhsatı ve Kültür ve Turizm Bakanlığından alınan Turizm Yatırım ve İşletme Belgesi olmayan, imar planında termal turizm tesis alanı veya kür merkezi v.b şekilde termal suyun ortak kullanımının söz konusu olduğu tesis alanları olarak ayrılmamış) tesislere termal su kullanım izni verilmeyecektir.

- Kültür ve Turizm Bakanlığınca Turizm Merkezi ilan edilmiş alanlarda sondaj ve su dağıtımında yerel idarelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan izin almaları sağlanacaktır.

- Kaplıca tesislerinde mimarinin tarihsel ve yerel dokuya (Osmanlı, Selçuklu ve Roma mimarisi gibi) uygun şekilde yapılması, bu sayede özellikle dış turizm talebini arttırıcı görünüm kazandırılması sağlanacaktır.

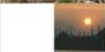
- Tanıtım amaçlı broşürlerde termal tesis ve termal su varlığı ile bilinen yörelerimize ağırlık verilecektir.

- Altyapı (sondaj, yol, içme ve kullanma suyu, kanalizasyon v.b) ve çevre tanzimi için sağlanan mali yardımlar öncelikle pilot bölgelerde yoğunlaştırılacaktır.

- Termal turizm öncelikli teşvikler arasında yer alacaktır.

- Yabancı ülkelerdeki sağlık ve sosyal yardım kuruluşları ile ilişkiler kurulacaktır.

- Özel sektör ve toplumun bilgilendirilmesi için ulusal ve uluslararası düzeyde toplantı, seminer ve tanıtım programları yapılacaktır.



### Kış Turizmi:

- Kış turizmi master planı hazırlanacaktır.
- Tesislere karayolu ya da liftlerle ulaşım kolaylaştırılacak, bunların gerektirdiği inme, binme, bekleme ve otopark gibi alanlar yeterli büyüklükte ve işlevsellikte planlanacaktır.
- Konaklama tesisleri ile kayak pisti arasındaki mesafeler etüt edilerek, pistlerden doğrudan tesislere ulaşılabilir şekilde düzenlemeler yapılabilecektir.
- Kayak alanı kapasitesine uygun yeterli ve nitelikli konaklama tesisleri planlanacaktır.
- Tüm kayak merkezi için gerekli su, elektrik, ısıtma, kanalizasyon, çöp toplama gibi altyapı gereksinimleri etüt edilerek planlanacaktır.
- Kayak merkezi-kent merkezi ve diğer turizm odakları arasında ulaşım bağlantıları iyileştirilecektir.
- Uluslararası standartlar dikkate alınarak kayak pistleri düzenlenecektir.
- Kayak merkezlerinde, ilgili Valilikler ve yerel yönetimler, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda ulusal ve uluslararası kış sporları yarışmalarının düzenlenmesi sağlanacak ve tanıtım yapılacaktır.

### Golf Turizmi:

- Türkiye Golf Federasyonu ve Kültür ve Turizm Bakanlığınca "golf sahası" projeleri geliştirilecek, projeler kapsamında ülkemizin geleceğe dönük turizm hedefleri de göz önünde bulundurularak golf açısından uygun alanlar tespit edilecektir.
- En az dört golf sahasının bir arada bulunacağı yerler golf sahası olarak tespit edilecektir.

### Deniz Turizmi:

- Halen Gümrük Muhafaza, Pasaport Polisi, Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü, Liman Başkanlığı tarafından yürütülen yabancı bayraklı yatlara liman giriş izni işlemlerinin tek otorite tarafından yürütülmesi sağlanacaktır.

- Yat Turizmi Yönetmeliği'nce sektörden tahsil edilen gelirlerin sektörün altyapısını geliştirmek ve fuarlarda kullanılmak üzere sektöre aktarılması hedeflenecektir.
- Yat Turizmi Yönetmeliği Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak adlandırılarak, sektörün tüm bileşenlerini (krvaziyer gemiler, su sporları, günübirlik yatlar ve dalış turizmi, v.b.) kapsayacak ve günün ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenecektir.
- Yat kulüplerinin gelişmesi teşvik edilerek devre mülk yat sisteminin ( çok sahipli yatlar) kurulmasına olanak sağlanacaktır.
- Denizde hareket kabiliyetleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulması, motorlu yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınması yönünde düzenlemelere gidilecektir.
- Yatların sintine suları ve katı atıklarının verileceği kabul tesisleri ve yüzer toplama sistemlerine yönelik teknik standartlar ve ölçütler belirlenecektir.
- Deniz turizmi potansiyelinin yüksek olduğu yörelerde deniz turizminin gelişimini olumsuz yönde etkileyen koruma statüleri yeniden gözden geçirilecektir.
- Avrupa ve Amerika'ya yat ihraç eden bir ülke konumundaki ülkemizdeki bankaların, geleneksel tersanelerin sipariş sırasında peşin ödenen meblağ için teminat vermelerine yönelik düzenlemeler yapılacaktır.
- Yat turizmi alanında çalışan veya ihtiyaç duyulan personel eğitilmesi, bu amaçla kıyı bölgelerimizde deniz turizmi dalında meslek edinmeyi olanaklı kılacak kısa süreli kursların açılması sağlanacaktır. Turizm meslek liseleri ve yüksek okullarda deniz turizmine yönelik derslerin konulması, öğrencilere yat limanları ve yat işletme şirketlerinde staj olanağının sağlanması, staj ve eğitim alanlara gemi adamı belgesinin verilmesi sağlanacaktır.
- Mevcut balıkçı barınaklarının yatlara hizmet verebilmesi amacıyla yasal ve idari önlemler alınacaktır.





- Tanıtım faaliyetleri geliştirilerek, Akdeniz çanağındaki yat ve kruvaziyer turizminden daha yüksek pay alınması sağlanacak ve deniz turizmi ile ilgili yatırımların daha çekici hale getirilmesi sağlanacaktır.

### Eko-Turizm ve Yayla Turizmi:

- Yerel halk, turistik ürün, hediyelik eşya yapımı, servis, kalite ve işletmelerin yönetimi konusunda eğitilecektir.
- Etnografik ve ekolojik özelliklerinin sergilendiği müze evlerin açılması teşvik edilecektir.
- Alana girişte kabul noktaları oluşturulacak ve buralarda ziyaretçilere farklı güzergahları ve yöresel özellikleri gösteren mola noktaları ve tur güzergahlarını gösteren haritaları sunulacaktır.
- Doğa turizmi için kullanılacak alanlarda, çeşme, wc, barınak, mesafe ve yön levhalarının tamamlanması, trekking rotalarının Küresel Yer Belirleme Sistemi (GPS) ile uydulara tanıtılması, yeni taşıt yolu açılmaması sağlanacaktır.
- Kitle turizmi amaçlı kullanılacak alanlarda; fiziksel planlama çalışmalarına altlık oluşturacak kadastro tamamlanarak, orman ve mera alanlarının sınırlarının tespitini takiben 1/25 000, 1/5000 ve 1/1000 ölçekli imar planları hazırlanacaktır.
- Doğa turizm amaçlı olarak seçilen alanlarda güzergah üzerinde yer alan mağara, şelale, ilginç ağaç ve kaya oluşumu, sportif alanlar, kamping alanları vb. çekicilikler için çevre düzenlemeleri yapılacak, başta ulaşım olmak üzere gerekli altyapılar tamamlanacaktır.
- Yörenin özelliklerinin araştırılmasına imkan verecek ve bunun bilimsel anlamda gösterimini sağlayacak araştırma istasyonları ve bilim müzeleri kurulacaktır.
- Yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verilecektir.
- Turizm gelişim alanlarında yer alan eko-turizm alanlarının "alan yönetim planları" yapılacaktır.

### Kongre ve Fuar Turizmi:

- Kongre Turizminin gelişmesi için öncelikli olarak seçilen yedi ilde (İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Konya ve Mersin) Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde toplantılar düzenlenerek kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır.
- İl Turizm Konseyleri'nin girişimleri ile öncelikli her ilde yönetim ve pazarlama ile ilgili kongre turizmi şirketlerinin veya buna benzer yapılanmaların kurulmasında aktif rol üstlenilecektir.
- Fuar şehirlerinde yeterli konaklama kapasitesi sağlanacak, sektör ve ziyaretçi çekebilecek kabiliyette organizasyonlar düzenlenecek, uluslararası uçuşlara açık havaalanı, havaalanına çok yakın ve nitelikli fuar merkezleri yaptırılacaktır.
- TOBB ve sektör temsilcileriyle birlikte Türkiye fuarlarının markalaşmasının önündeki engeller belirlenerek bunların ortadan kaldırılması için öncelikli tedbirler alınacaktır.
- TOBB tarafından belgelendirilen ve Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından "Yurtdışı Alım Heyetleri" programına alınan fuarlar, Kültür ve Turizm Bakanlığının tanıtım materyallerinde dikkate alınacaktır.
- Çok fazla yurt dışı ziyaretçi çeken fuarların daha da büyümesi için tedbirler geliştirilecektir.
- Fuar etkinlikleri döviz kazandırıcı turizm ve hizmetler olarak ihracatın sürdürülebilmesi açısından "stratejik sektör" olarak değerlendirilecektir.
- Fuar düzenlenen şehirlerde Yerel Yönetimler, Yüksek Öğrenim Kurumları, Meslek Odaları ve kamu yönetimlerine kent fuarlarına sahip çıkma bilinci verilecektir.
- Fuar organizatörü ve personeli yetiştirmek için ön lisans programlarının açılmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.



### 3.12. MEVCUT TURİZM ALANLARININ İYİLEŞTİRİLECEĞİ BÖLGELER

#### STRATEJİ

*“Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması”*

Antalya, Muğla ve Aydın kıyı kesimlerinde deniz-kum-güneş'ten oluşan kitle turizmine yönelik tatil turizmi doygunluk noktasındadır. Bu nedenle, bu alanlarda; turistleri otelden çıkararak ikincil harcamaları artıracak, mevcut tesislerin 12 ay çalışmasını sağlayacak, turizm bölgesi açısından kıyı turizmi yanı sıra marka oluşumunu sağlayacak etkinlikler özendirilerek planlanacaktır.

#### 2023 YILI HEDEFLERİ

- Mevcut işletmelere thalasso terapi, v.b sağlık ve zindelik birimlerinin. entegre edilmesi sağlanacaktır.
- Spor ve rekreasyon alanları özellikle spor kulüplerinin antrenman alanlarının planlanacaktır.
- Golf alanları planlanarak yatırım ortamları geliştirilecektir.
- Eğlence merkezi ve temalı parklar oluşturulacaktır.
- Orman içi gezi ve dinlenme yerleri düzenlenecektir.
- Fonksiyon ve mimari açıdan nitelikli alışveriş merkezleri yapılacaktır.
- Belediye yerleşmelerinde kat yüksekliği, parsel büyüklükleri açısından gerekli plan revizyonlarının yapılacaktır.
- Kıyı gerisinde kalan alanlarda nitelikli çevre düzenlemesi, sokak ışıklandırılması, bordür, kaldırım, v.s. yapılacaktır.
- Kıyı gerisinde kalan alanlarda hem spekülasyonu önlemek hem de bu alanları çeşitlendirerek turizme

katkısını sağlamak için çiftlik turizmi, organik tarım, hobi bahçeleri butik villa bahçeleri vb. yapılacaktır.

- Yerleşmeler içinde özgün el sanatları, alışveriş için mekanlar, pazar yeri düzenlemeleri, turistleri eğlendirmek ve çevreyi tanıtmak için fayton, tren, teleferik, v.b. çeşitli ulaşım düzenlemeleri yapılacaktır.
- Turistik tesis ve şehir merkezi arasında ulaşımın niteliğinin artırılarak çeşitlendirilmesi için bisiklet yolları ve yaya yolları düzenlemeleri yapılmasının sağlanması hedeflenecektir.

#### HEDEFLERE DOĞRU

**Altyapı Birlikleri:** Turizmin yoğun olarak geliştiği alanlarda altyapısının güçlendirilmesinin yanında turizmin yaşadığı sorunların çözümünde de etkin rol oynayacak olan altyapı birliklerinin kurulması teşvik edilecektir.

**Turizm Ürünü Çeşitlenmesi:** Bu yörelerde turizm ürünü çeşitlendirilecektir.

### 3.13 TURİZM GELİŞİM BÖLGELERİ

#### STRATEJİ

*“Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması”*

Vizyon ve ilkelere bağlı olarak fiziki kararlarla desteklenen varış noktalarının geliştirilmesi stratejisi kapsamında varış noktalarının bölgesel ve tematik özelliği vurgulanacaktır.

Ülkemiz turizminin gelişme aksları boyunca tematik bölgesel varış noktaları şeklinde geliştirilmesi sağlanacaktır.

#### 2023 YILI HEDEFLERİ

Turizmin ülke coğrafyasında gelişmesinin temel koşullarından biri hiç şüphesiz ulaşım altyapısının niteliğinin iyileştirilerek çeşitlendirilmesidir. Bu kapsamda, geliştirilmesi öngörülen varış noktalarının ulaşım bağlantılarının havaalanı, bölünmüş yol,



demiryolu ve deniz yolu bağlantıları ile güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Önümüzdeki dönemde geliştirilecek varış noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, eko-turizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile desteklenmesi eylem planının temel hedefidir.

Ülkemiz turizminde geliştirilmesi hedeflenen turizm faaliyetleri ile bölgelerin uluslararası düzeyde varış noktası olarak geliştirilmesi ile turizmin iç bölgelere yayılması, turizm sezonunun tüm yıla yayılması sağlanacaktır.

## HEDEFLERE DOĞRU

**1. Tematik Bölgeler:** Strateji kapsamında ülkemizde 9 adet tematik bölge önerilmektedir. Bu bölgelerin kapsadığı iller ve temaları aşağıda verilmektedir:

### I. FRİGYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Eskişehir, Afyon, Kütahya ve Uşak illerini kapsayan bölgede kültür ve termal turizme dayalı olarak turizmin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Bölge, termal turizmin geliştirilmesi amacıyla ülkemizdeki jeotermal potansiyeller dikkate alınarak başlatılan “Termal Turizm Kentleri Projesi” kapsamında öncelikli geliştirilecek bölgeler arasında yer almaktadır.

Bölgede, 20'ye yakın jeotermal kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklar esas alınarak, termal kentlerin ve nitelikli kūr ve tedavi merkezlerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Frigya turizm bölgesi önemli bir doğa ve kültür turizmi potansiyeline sahiptir. Kültür turizmine yönelik bu potansiyel, kazı, restorasyon, alan düzenlemeleri ve benzeri çalışmalarla turizme kazandırılacaktır.

Bölgede kültür ve termal turizme ek olarak turizm çeşitliliğinin sağlanması için 4 adet 18 delikli golf alanının planlanması hedeflenmektedir. Ayrıca bölgede yer alan ufak çaplı kanyon gölet, baraj vb. değerlerin doğa ve macera turizmi kapsamında düzenlenecektir.

Bölgenin diğer turizm türleri ile entegrasyonu sağlanacak ve Frigya Turizm Gelişim Bölgesinde, ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılarak büyük çaplı “Termal Turizm Kentleri” gerçekleştirilecektir.

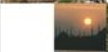
Bölge içinde yer alan jeotermal kaynak odaklı “Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi” ilan edilebilecek alanlar belirlenerek, fiziki planların tamamlanmasının ardından turizm yatırımcılarına tahsisler stratejik plan kapsamında tamamlanacaktır.

Sonuç olarak, bölgenin orta ve uzun vadede termal turizmde ülkemizin ve dünyanın en önemli turizm bölgesi olması için Kütahya -Altıntaş'a havaalanı önerisi yer almaktadır. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin termal, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır.

### II. TROYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Çanakkale ve Balıkesir illerini içine alan “Troya Kuzey Ege Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi” nin Sağlık ve Termal Turizm ve Kırsal Turizm çerçevesinde geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ülkemizdeki pek az termal merkezde bulunan kıyı alanında termal su potansiyeli, “Troya Kuzey Ege Turizm Gelişim Bölgesi”nde bulunmaktadır. Bu kaynaklardan da faydalanarak bölgenin en önemli doğal potansiyeli olarak ele alınabilecek mitolojideki ilk güzellik yarışmasının yapıldığı “Kaz Dağları”nın iklimatik özelliği ve pek çok endemik türün yer aldığı flora-fauna özelliği de esas alınarak, termal ve kıyı potansiyeli ile bütünleştirilerek bölgede düşük yoğunlukta yüksek nitelikli turizm gelişiminin oluşturulması hedeflenmektedir.

Kaz Dağlarının güney yamaçlarında yer alan jeotermal kaynaklar tespit edilerek diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlanacak, bölgede yer alacak yeni yatırımlar ile yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve nitelikli yatak kapasitesinin artırılması sağlanacaktır. Ayrıca, bölge kapsamında Saros Körfezi, Erdek ve Avşa Adasını kapsayan iki yeni turizm kenti ilan edilecektir.



Bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin termal, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır.

“Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi” nde ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Bölgenin turizm amaçlı planlaması tamamlanarak yatırıma başlanacak ve bölgenin önümüzdeki orta ve uzun vadede doğa-kültür ve termal turizmde önemli varış noktalarından biri olması yönünde çalışmalar yapılacaktır.

### III. APHRODİSYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Aydın ve Denizli illerini kapsayan, yirmiyi aşkın jeotermal kaynak bulunan “Aphrodisya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi” sağlık ve termal turizm çerçevesinde geliştirilecektir.

Bölge, termal turizmin geliştirilmesi amacıyla ülkemizdeki jeotermal potansiyeller dikkate alınarak başlatılan “Termal Turizm Kentleri Projesi” kapsamında öncelikli geliştirilecek bölgeler arasında da yer almaktadır.

“Aphrodisya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi” nde ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Bölge içinde yer alan jeotermal kaynak odaklı “Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi” ilan edilebilecek alanlar belirlenerek, fiziki planlar tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi stratejik plan kapsamında gerçekleştirilecektir.

Bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin termal, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır. Aphrodisia'nın orta ve uzun vadede önemli bir varış noktası ve marka olması hedeflenmektedir.

### IV. SÖĞÜT Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi

Bursa ve Bilecik illeri ile İznik ilçesini kapsayan bölge kültür turizmi çerçevesinde geliştirilecektir. Tarihi eski yolların tekrar canlandırılması ve mevcut kalıntıların restorasyonunun yapılması, uygun alanların açık hava müzesi şeklinde geliştirilmesi ve uluslararası düzeyde termal ve kültür turizm gelişim bölgesi olarak öne çıkarılması sağlanacaktır.

Söğüt Kültür Turizmi Gelişim Bölgesinde ulaşım bağlantılarının çeşitlendirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Bölgenin, diğer turizm türleri ile entegrasyonu sağlanarak büyük çaplı “Kültür Turizmi” geliştirilecek, gerçekleştirilecek restorasyonlar ve yapılacak açık hava müzeleri ile Bölgenin dünya kültür turizminde önemli bir yer edinmesi sağlanacaktır. Bölgede bulunan mevcut konaklama kapasitesi artırılacaktır.

### V. KAPADOKYA Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi

Kapadokya bölgesi zengin tarihi, kültürel, doğal zenginliklere sahip tarihi ve doğal yapı içerisinde gelişmiş özgün kentsel dokularını koruyabilmiş, Aksaray, Kayseri, Kırşehir, ve Nevşehir illerini kapsamaktadır.

Kültür turizmi ile ön plana çıkan Kapadokya Bölgesinde turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilebilmesi ve turizmin çeşitlendirilmesi için bölgenin golf alanları ile cazibesinin artırılması, alternatif turizm modellerinin geliştirilmesi ve böylelikle Kapadokya Bölgesini yeni bir turizm varış noktası haline getirilmesi amaçlanmaktadır.

Kapadokya Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi içerisinde yapılacak projelerle, bölgede 18 delikli 5 golf turizmi tesisi önerilmektedir. Ayrıca, Kapadokya'nın trekking için son derece uygun peyzaj ve parkurlar sunan coğrafyası, zengin el sanatları (çömlekçilik, kilimcilik-halıcılık), yöre mutfağı ve bölgesel şarapçılık, temel turizm faaliyetlerini oluşturacaktır. Kapadokya'nın mistik atmosferi üstünde yapılan 1-2 saatlik balon turları, tarihi ve doğal yapı içerisinde gelişmiş özgün kentsel dokular,





el sanatları ve gurme turizmi gibi potansiyelin sürdürülebilir turizm gelişmesi anlayışı çerçevesinde pazarlanması yapılacaktır.

Golf turizmi ve alternatif turizmin bölgedeki gelişimi ve bölgenin doğal ve karakteristik yapılarına uygun olarak yapılacak butik tarzı oteller ile turistlere daha kaliteli bir hizmet sunmak üzere konaklama kapasitesinin niteliğinin yükseltilerek yatak kapasitesi artırılabilecektir.

## VI. GÖLLER BÖLGESİ Eko-turizm Gelişim Bölgesi

Göller Bölgesi, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerinin ortasında yer almakta olup, Konya, Isparta, Afyon ve Burdur illerini kapsamaktadır.

Bölgede, başta Beyşehir, Eğirdir, Kovada, Acıgöl, Burdur, Salda, Eber ve Akşehir Gölleri olmak üzere çok sayıda göl bulunmaktadır. Bu göller esas alınarak, doğa turizmine yönelik alanlar ve turizmi destekleyen trekking, araçlı ve çadırli kamp, yamaç paraşütü, dağcılık, mağaracılık, avcılık, binicilik, bisiklet, sörf, foto safari vb. gibi faaliyetler geliştirilecektir.

Ayrıca, önemli bir yaban hayatına sahip olan bölgede, habitatlar ve ekosistemler bozulmadan sürdürülebilir bir turizm yaklaşımı sunulacak, ziyaretçilerin doğa ve doğa koruma konularında bilgilendirilmesi yöredeki doğa koruma çabalarına katkıda bulunulması sağlanacaktır.

Bölge içinde yer alan göllerle odaklı "Turizm Merkezi" ilan edilebilecek alanlar belirlenerek, fiziki planların tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi stratejik plan kapsamında gerçekleştirilecektir.

Göller Bölgesinde gerçekleştirilecek arazi tahsisi ve yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının artırılması sağlanarak mevcut konaklama kapasitesinin niteliğinin de yükseltilmesi sağlanacaktır.

## VII. HİTİT Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Hitit Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi Çorum ve Yozgat illerini kapsamakta olup bölge kapsamında kültür turizmi geliştirilecektir.

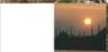
Bölgede şehir içi otellerin doluluğunun artırabilmesi için yurtiçi ve yurtdışı organize turlara öncelik verilmesi gerekmektedir. Bölge içinde yer alan kültürel değerlere odaklı "Turizm Merkezi" ilan edilebilecek alanlar belirlenerek, fiziki planların tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi stratejik plan kapsamında gerçekleştirilecektir. Yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının artırılması sağlanarak mevcut konaklama kapasitesinin niteliğinin de yükseltilmesi sağlanacaktır.

## VIII. URARTU Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Van ve Bitlis illerini kapsayan bölgede kültürel ve tarihsel öğeler esas alınarak, bölgedeki şehirlerde kültür turizmin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, bölgede kıyı turizmi ve kış turizminin geliştirilmesi ile birlikte Van gölü ve çevresi ulusal ve uluslararası ölçekte kültürel bir varış noktası olarak öne çıkarılacaktır.

Bölgenin, diğer turizm türleri ile entegrasyonu sağlanacak ve büyük çaplı "Urartu Varış noktası" geliştirilecek, gerçekleştirilecek arazi tahsisi ve yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve yatak kapasitesinin artırılması sağlanacaktır. Bölgeye 18 delikli 2 adet golf tesisi ile Ahlat Su Sporları, Deniz Otobüsü Yanaşma ve Barınma Yeri inşaatına ilave olarak bir adet yat limanı önerilmektedir. Ayrıca bölgenin GAP ve kış koridoru ile olan bağlantıların da güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

Bölge içinde yer alan turizm merkezlerinin fiziki planlarının tamamlanmasından sonra turizm yatırımcılarına tahsisi stratejik plan kapsamında gerçekleştirilecektir. Yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının artırılması sağlanarak mevcut konaklama kapasitesinin niteliğinin de yükseltilmesi sağlanacaktır.



## IX. GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak illerini kapsayan bölgenin kültür turizminin yanı sıra golf turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, eko-turizm, yamaç paraşütü, trekking, su sporları, kanoculuk, kuş gözleme ve kongre turizmi gibi turizm türleri ile odaklı gelişimi sağlanacaktır.

Bölgede, diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlanarak büyük çaplı kültür-inanç turizmi" geliştirilecek, gerçekleştirilecek arazi ve kültürel yapı tahsislerinin yanı sıra yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve yatak kapasitesinin artırılması sağlanacaktır.

Sonuç olarak mevcut konaklama kapasitesinin kültür-inanç turizmi çerçevesinde geliştirilmesi, ülkemizin batı kıyılardaki yabancı turistlerin uçakla bölgeye getirilmesi ile konaklama kapasitesi artırılabilecektir.

### 2. Turizm Gelişim Bölgelerinde Turizm Çeşitliliği ve Entegrasyonu

Bölgelerde belli temalar çerçevesinde turizmin gelişiminin planlanması hedeflenecektir.

Planlamalarda turizm kentleri mantığında olduğu gibi geniş alanlar turizm gelişimine açılacaktır.

Bölgelerdeki alternatif turizm türlerinin gelişiminin yakın çevredeki diğer kültürel ve doğal değerlerle ilişkilendirilmesi sağlanacaktır.

### 3. Turizm Gelişim Bölgelerinde İdari Yapılanma

Turizm Gelişim Bölgelerinin kendi başına varış noktası oluşturacak şekilde geliştirilebilmesi, yapılacak yatırımların ve uygulanacak projelerin bütünlük sağlayabilmesi için kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşan "Altyapı Birlikleri"nin kurulması için gerekli yasal ve idari düzenlemeler yapılacaktır.

## 3.14 TURİZM GELİŞİM KORİDORLARI

### STRATEJİ

*"Belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi"*

Turizm eylemi başlangıcından bitimine sosyal bir hareketliliktedir. Bu sosyal hareketlilik ulaşım ile sağlanmaktadır. Ülkemizde doğal, tarihi ve kültürel değerleri nedeniyle turistik anlamda öne çıkarılması gereken bazı güzergahlar bulunmaktadır. Bu güzergahların sahip oldukları turizm potansiyeli planlı bir şekilde kullanıma açılacaktır.

### 2023 YILI HEDEFLERİ

Varış noktası olarak geliştirilecek koridorlar boyunca ulaşım çeşitlendirilerek niteliği geliştirilecektir.

Koridorlardaki turizm gelişiminin düşük yoğunluklu, nitelikli, yıl boyu hizmet verecek butik otelcilik ve pansiyonculuğa yönlendirilmesi için gerekli planlama çalışmaları yapılacaktır.

Koridorlar bir varış noktası olarak bütüncül bir şekilde planlanacak, yönetilecek, tanıtım ve pazarlaması gerçekleştirilecektir.

### HEDEFLERE DOĞRU

#### 1. Turizm Gelişim Koridorları

Strateji kapsamında ülkemizde 7 adet tematik tematik turizm gelişim koridoru önerilmektedir.

Bu koridorların kapsadığı iller ve temaları aşağıda verilmektedir:

#### I. Zeytin Koridoru

Güney Marmara Zeytin Koridoru, Marmara Denizi'nin güneyinde kalan Bursa ili Gemlik ve Mudanya ilçeleri, Balıkesir ili Gönen, Bandırma ve Erdek İlçeleri, Çanakkale ili Ezine ilçesine kadar uzanan kıyı bölgesi ve çevresi, Erdek Kapıdağ Yarımadası ve kuzeyinde yer alan Avşa, Paşalimanı, Ekinli Adaları ile Marmara İlçesine bağlı Marmara adasının içinde bulunduğu bölgeyi kapsamaktadır.





Bölge sağlık ve gastronomi varış noktası olarak geliştirilecektir. Bölge doğası, alternatif tıpta kullanılan çeşitli bitki türleri, zeytin ve üzüm yetiştiriciliğiyle birlikte önemli zeytin, zeytinyağı ve şarap üretimi potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel koridorun geliştirilmesinde ana tema olarak kullanılacaktır.

Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi termal, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılabilecektir.

## II. Kış Koridoru

Kış Turizmin geliştirilmesi amacıyla çalışmaları sürdürülen “Kış Turizm Master Planı” kapsamında Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan illerini kapsayan bölgedeki mevcut ve potansiyel kış turizm merkezleri dikkate alınarak oluşturulan koridor boyunca yer alan, doğal, kültürel ve tarihi çekim kaynakları yakın çevredeki diğer değerlerle ilişkilendirilecek ve bölgenin kış turizmine hizmet verebilecek turizm çeşitliliği sağlanacaktır.

Erzurum, Erzincan, Kars, Ağrı ve Ardahan illerindeki Erzurum Konaklı ve Gez Bölgeleri ile Ilıca Termal Merkezlerinde yeni konaklama alanları oluşturulacaktır. Kars şehir merkezi ve Sarıkamış'ta mevcut kent dokusu da konaklama üniteleri şeklinde değerlendirilerek, kış, kültür, termal ve şehir turizmi konaklama birimleri ile bölgede mevcut konaklama kapasitesinin niteliği artırılarak konaklama kapasitesi geliştirilecektir.

## III. İnanç Turizmi Koridoru

İnanç Turizmi Koridoru olarak adlandırılan koridor, Tarsus'tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsamaktadır.

Bu koridor üzerinde Tarsus'tan Mardin'e kadar uzanan bölünmüş yol yapımı inanç aksını güçlendireceği gibi kısa ve orta vadede turistlerin bu bölgeye varışlarını ve tercihlerini etkileyecektir. Ayrıca, Şanlıurfa'ya kadar ulaşan demiryolu bağlantısının Mardin'e oradan bir koldan Diyarbakır'a diğer bir koldan ise Siirt'te bağlanması İnanç Aksında ulaşımın çeşitlenmesi açısından önemlidir.

Tarihi yapıların restore edilerek pansiyonculuğun ve küçük otellerin desteklenmesi, sağlanacaktır.

Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılabilecektir.

## IV. İpek Yolu Turizm Koridoru

Tarihi İpek Yolu güzergâhının Anadolu'daki parçalarından biri olan ve İstanbul üzerinden Avrupa'ya ulaşan bölümü üzerinde bulunan Ayaş-Sapanca Koridoru, Adapazarı, Bolu ve Ankara illeri, Sapanca, Geyve, Taraklı, Göynük, Mudurnu, Beypazarı, Güdül ve Ayaş ilçelerini kapsamaktadır.

Koridor boyunca yer alan yerleşmeler doğa turizmi-eko turizm ağırlıklı olarak geliştirilecek ve bölgede yer alan kış turizmiyle de entegrasyonu sağlanacaktır.

Bölgede, Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğuna ait eserler ve çok sayıda sivil mimarlık örnekleri bulunmakta olup, tarihi açıdan zengin bir dokuya sahiptir. Bölge tarihte olduğu gibi günümüzde de kültür ve ticaret konusunda Türkiye'nin en önemli iki kenti olan Ankara- İstanbul güzergâhında bulunduğu için önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca bölge doğal güzellikleri açısından da zengin bir yapıya sahip olduğundan, bölgenin pansiyonculuğun ağırlıkta olacağı kültür ve ekoturizm odaklı geliştirilmesi sağlanacaktır.

Bölgede, diğer turizm türleri ile entegrasyon sağlanarak sivil mimarlık örneği olan yapıların restorasyonunun yap işlet devret ve ya uzun süreli kiralama yöntemi ile konaklama tesislerine dönüştürülmesi ve yapılacak yeni yatırımlar ile nitelikli tesis sayısının ve yatak kapasitesinin artırılması hedeflenmektedir.

## V. Batı Karadeniz Kıyı Koridoru

Batı Karadeniz Kıyı Koridorunun Şile -Sinop arasında uzanan takriben 500 km özellikle Ankara ve İstanbul gibi metropollere hizmet edecek bir iç turizm gelişim koridoru olarak geliştirilmesi öngörülmektedir.

Bölge kültür, kıyı ve doğa turizmi çerçevesinde geliştirilecektir. Bu koridordaki, Şile, Akçakoca,



Amasra, Cide, Çaylıoğlu ve Sinop yerleşmelerinde yer alan balıkçı barınaklarının yatları kabul edebilecek şekilde yenilenerek marina/balıkçı köyü kavramı çerçevesinde turizm gelişimi sağlanacaktır.

Koridor boyunca yer alan orman içi dinlenme tesisleri gibi eko-turizmin gelişmesinde odak noktası olabilecek koruma alanlarında oto karavan ve çadırli kampingi olanaklı kılan düzenlemeler yapılacak ve planlama çalışmaları ile butik otel, pansiyonculuk, kırsal turizm tesisleri geliştirilecektir. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır.

## VI. Yayla Koridoru

Orta Karadeniz'de bulunan Samsun ilinden Hopa'ya kadar uzanan bu koridor ülkemizde yayla ve doğa turizminde öne çıkan merkezleri barındırmaktadır.

Doğa ve kültür turizmi, Karadeniz Bölgesi'nin en önemli turizm faaliyeti ve potansiyelidir. Bu nedenle, Karadeniz Bölgesi'nde yayla, kıyı, kültür ve sağlık turizmi ana temaları çerçevesinde yeni bir turizm gelişim senaryosuna yönelik uygulamalar yapılacaktır. Ayrıca bölgede yer alan yaylaların diğer turizm türleri ile bütünleştirilmesiyle bölge ulusal ve uluslararası ölçekte doğa turizmi temelinde yayla koridoru varış noktası olarak öne çıkarılacaktır.

Yayla Koridoru kapsamında turizmin çeşitlendirilmesi için bu yörelerde kamp, golf, kayak, mağaracılık, yamaç paraşütü, rafting, binicilik, balon, balık avlama, foto-safari ve bungee jumping gibi macera sporlarına yönelik planlama çalışmaları yapılacaktır.

Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır. Bölgede oto karavan ve kampçılığın gelişmesi için planlama ve uygulama çalışmaları yapılacaktır.

## VII. Trakya Kültür Koridoru

Trakya Kültür Koridoru, Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerini kapsamaktadır. Marmara bölgesinin Avrupa yakasında yer alan bu koridor, kuzeyde Karadeniz, güneyde Ege Denizine kadar uzanan çanaktır. Koridor boyunca hizmet veren butik oteller ve özel belgeli

konaklama tesislerinin yanı sıra kamp yapılabilecek işletmelerde mevcuttur.

Mevcut yatak kapasitesine yeni yatak sayıları eklenirken gerçekleştirilmesi öngörülen turizm çeşitliliği dikkate alınacaktır. Bölgenin önemli mimar özelliklerinden biri olan Edirne evleri turizme yönelik olarak butik otel veya pansiyon gibi konaklama tesisleri olarak değerlendirilecektir. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır.

## 2. Turizm Gelişim Koridorlarında Turizm Çeşitliliği ve Entegrasyonu

Koridorlarda belli temalar çerçevesinde turizmin gelişimi planlanacaktır.

Planlamalarda turizm kentleri mantığında olduğu gibi geniş alanların turizm gelişimine açılması hedeflenecektir.

Koridorlardaki alternatif turizm türlerinin gelişiminin yakın çevredeki diğer kültürel ve doğal değerlerle de ilişkilendirilmesi sağlanacaktır.

## 3. Turizm Gelişim Koridorlarında İdari Yapılanma

Turizm Gelişim Koridorlarının kendi başına varış noktası oluşturacak şekilde geliştirilebilmesi, yapılacak yatırım ve uygulanacak projelerin bütünlük sağlayabilmesi için kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşan "Altyapı Birlikleri"nin kurulması için yasal ve idari düzeyde gerekli çalışmalar yapılacaktır.

### 3.15 TURİZM KENTLERİ

#### STRATEJİ

**"Dünya ile yarışabilen markalaşan turizm yerleşmelerinin planlanması"**

İçinde birden fazla turizm türünün yer aldığı, büyük ölçekte nitelikli turizm alanlarının ortaya çıkması ve geliştirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öngördüğü genel turizm gelişim politikalarına uygun olarak turizm kentleri çalışmaları Kültür ve Turizm





Bakanlığınca yürütülmektedir.

Turizm kentlerinin hızlı ve istikrarlı bir örgütlenmeye sahip olması, Avrupa ve dünyanın sahiplendiği bir turizm varış noktası olması yolunda planlama ve uygulamalar gerçekleştirilecektir.

## 2023 YILI HEDEFLERİ

Kültür ve Turizm Bakanlığınca planlama çalışmaları devam eden beş turizm kentine ek olarak 10 yeni turizm kenti turizm sektörüne kazandırılacaktır.

## HEDEFLERE DOĞRU

### 1. Turizm Kentleri

Eylem Planı kapsamında 10 yeni turizm kentinin araştırma ve planlama çalışmaları tamamlanacaktır. Önerilen turizm kentlerinin isimleri aşağıda verilmektedir:

1. İğneada - Kıyıköy Eko-Turizm Kenti
2. Kilyos Turizm Kenti
3. Saros Körfezi Turizm Kenti
4. Kapıdağ Yarımadası - Avşa - Marmara Adaları Turizm Kenti
5. Datça Eko-Turizm Kenti
6. Kaş - Finike Turizm Kenti
7. Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti
8. Samandağ Turizm Kenti
9. Maçka Turizm Kenti
10. Kahta Turizm Kenti

### 2. Turizm Kentlerinde Turizm Çeşitliliği ve Entegrasyonu

Turizm kentlerinde belli temalar çerçevesinde turizmin gelişiminin planlanması hedeflenecektir.

Planlamalarda farklı turizm türleri ile geniş alanların turizm gelişimine açılması sağlanacaktır. Turizm kentlerindeki alternatif turizm türlerinin gelişiminin yakın çevredeki diğer kültürel ve doğal değerlerle de

ilişkilendirilmesi sağlanacaktır.

### 3. Turizm Kentlerinde İdari Yapılanma

Turizm Kentlerinin kendi başına varış noktası oluşturacak şekilde geliştirilebilmesi, yapılacak yatırım ve uygulanacak projelerin bütünlük sağlayabilmesi için kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşan "Altyapı Birlikleri"nin kurulması konusunda yasal ve idari düzenlemeler yapılacaktır.

## 3.16 EKO-TURİZM BÖLGELERİ

### STRATEJİ

**"Doğa temelli turizmin planlı gelişimi"**

### 2023 YILI HEDEFLERİ

Karadeniz Bölgesinde yer alan Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayan bölge, Antalya'nın iç kesimlere doğru doğusu, Torosların eteklerinde Antalya ve Mersin'in birleştiği alanlar ve GAP Koridoru ile Kış Koridorunu birleştiren "GAP Eko-Turizm Koridoru" biyolojik çeşitlilik açısından ve eko-turizm potansiyeli açısından Türkiye Turizm Stratejisinde öncelikle eko-turizmin geliştirileceği bölgeler olarak belirlenmiştir.

Yukarıda sıralanan alanlarda doğal kaynaklarımızın kullanımında, sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalmak ve biyolojik çeşitliliği koruyarak eko-turizmin yaygınlaştırılmasını sağlamak hedeflenmektedir. Söz konusu bölgeler içerisinde yer alan doğal kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle anılan bölgelerde, koruma ve kullanma dengeleri gözetilerek doğaya uygun yerel mimari özelliklerini taşıyan yapılaşma, pansiyonculuk, agro-turizm faaliyetleri, yerel halkın kalkınmasına katkı sağlayacak el sanatları ve yöresel örneklerin sunulduğu atölyeler, markalaşma yönünde ilk adımları oluşturabilecek yöresel ürünlerin değerlendirilmesi öngörülmektedir.

Söz konusu bölgeler kapsamında yer alan Milli Park, Tabiatı Koruma Alanı, Av ve Yaban Hayatı Koruma Alanları ve Sitlerle birlikte bölgenin eko-turizm odaklı geliştirilmesiyle bütünleştirilmesi sağlanacaktır. Bu bölgelerin karayolu, havayolu ve demiryolu ulaşım



bağlantıları güçlendirilerek alternatif ulaşım olanakları da devreye sokulacaktır.

Ekoturizm Bölgelerinde kamu kurum ve kuruluşları ve yerel yönetimlerin eşgüdümlü çalışması sağlanacaktır. Eko-turizm çıktılarının yöre halkına geri dönüşümü sağlanarak planlama ve uygulama çalışmalarına yerel halk katılımcı bir anlayışla sürece dahil edilecektir. Ayrıca, eko-turizm uygulanacak yörelerde kamu kuruluşları, yerel yönetimler, özel sektör ve yerel sivil toplum kuruluşlarının da katkıları ile yerel ölçekte “Altyapı Birlikleri”nin kurulması için gerekli girişimlerde bulunulacaktır.

### HEDEFLERE DOĞRU

Eko-turizm uygulanacak yörelerde kırsal kesimde tarım dışı istihdam alanları oluşturularak bölgeler arasındaki dengesizliklerin azaltılmasına, kadının statüsünün iyileştirilmesine, kırsal alanlardaki nüfus göçünün durdurulmasına ve milli değerlerin korunması ve tanıtımına katkıda bulunulacaktır. Ayrıca eko-turizm bu bölgelerde;

- Bölge ekonomisinde üretim çeşitliliğinin artırılarak ekonomik istikrarın sağlanmasına,
- Bölgede nitelikli, niteliksiz işgücüne önemli çalışma fırsatlarının oluşturulmasına,
- Bölgede yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesine
- Yerel düzeyde sanayi ve ticareti uyarıcı altyapı yatırımlarının geliştirilmesine,
- Gençlerin ve toplumun eğitimi ile yerel düzeyde modernizasyon sürecinin sağlanmasına,
- Sosyo-ekonomik gelişme konusunda başka seçeneği olmayan bir yörede yerel halk ve turistler tarafından kullanılabilir rekreasyonel ve turistik olanaklar sağlanmasına,
- Yerel düzeyde kişisel gelirlerin ve vergi, v.b. kamu gelirlerinin artmasına,
- Yerel düzeyde imajın geliştirilmesi ve yerel halkın çevreyi koruma ve geliştirme bilincinin artmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

## 4. TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİNİN UYGULANMASI

### 4.1 Kurumsal Yapılanma ve Yönetişim

Türkiye Turizm Stratejisinin tüm boyutlarıyla bir bütünlük içerisinde hayata geçirilerek hedeflerine ulaşılabilmesi için, kamu kurum ve kuruluşları, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere tüm toplumun stratejiyi benimseyerek ortak hedefler doğrultusunda uyumlu bir biçimde hareket etmesi önem arz etmektedir.

Bu uyumun en üst düzeyde sağlanması için ve siyasi ve idari liderlik, karar alma, programlama, kaynak tahsisi, uygulama, koordinasyon ve denetim düzeyinde etkin, yaptırım gücü yüksek, şeffaf ve hesap verebilir bir sürecin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Paydaşların, yetki ve sorumlulukları, yönetim ilkeleri çerçevesinde belirlenerek, aktif işbirliği ve etkileşim içinde çalışılacak bir ortam oluşturulacaktır.

Bu çerçevede, stratejinin uygulamaya geçirilmesinde kurumsal yapılanma modeli, kurumlararası ve kurum içi seviyedeki aktörlerin rol ve sorumlulukları aşağıdaki şekilde düzenlenecektir.

**Ulusal Turizm Konseyi;** Türkiye Turizm Stratejisinin uygulanması sürecinde en üst düzeyde politika belirleme ve karar alma sürecinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'na veri sağlanması ve politikaların uygulanmasında, değerlendirme ve yönlendirme organıdır.

**Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) :** Gerek Dokuzuncu Kalkınma Planı gerekse Türkiye Turizm Stratejisi'nin öngördüğü hedeflere ulaşılmasında Ulusal Turizm Konseyi üyesi olan DPT'de aktif rol üstlenecektir.



**Kültür ve Turizm Bakanlığı;** Turizm sektörünün gelişimi için düzenleyici bir rol üstlenecek Kültür ve Turizm Bakanlığı, planlama, uygulama, belgelendirme, tanıtım, pazarlama ve turizm eğitiminin yönlendirilmesinde rol alacaktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı düzenleyici, denetleyici ve yönlendirici bir organ olarak rol oynayacaktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde kurulacak birimler;

### Ulusal Turizm Belgeleme (Akreditasyon)

**Birimi;** Bu birim, uluslararası ve ulusal standartların geliştirilmesinin sağlanması ile uzmanlaşmanın gerçekleştirilmesine katkıda bulunacaktır.

### İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme

**Birimi;** Bu birim, iç turizme yönelik her türlü araştırma, değerlendirme ve politika oluşturma konularında çalışmalar yapacaktır.

### Turizm Eğitimi Yönlendirme Birimi;

Turizm sektöründeki değişimleri takip ederek yaygın ve örgün turizm eğitim politikalarının ana hatları,

içeriği ve stratejilerini belirleme konusunda çalışmalar yapacak olan bu birim, turizm sektörünün ihtiyaçları ve güncel gelişmeler karşısında eğitimin nasıl ve ne şekilde güncellenmesi gerektiğini Milli Eğitim Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) ve sektör kuruluşlarına iletacaktır.

### Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi;

Turizmle ilgili istatistik, alan araştırması ve ölçümleri bünyesinde toplama, işleme ve değerlendirme konusunda çalışmalar yapacaktır.

### İl Turizm Konseyleri;

Ulusal Turizm konseyine bölgede yer alan tüm paydaşları temsil edecek şekilde turizm gelişimine ilişkin görüş, talep ve önerileri sunarak Ulusal turizm konseyinin sağlıklı kararlar almasına katkıda bulunacaktır.

Turizm strateji belgesinin uygulanması sürecinde faal olarak görev alacak kurum ve kuruluşların örgütlenme şeması aşağıda verilmektedir.



## 4.2 Eylem planlanması

Türkiye Turizm Stratejisi, 2023 yılı öngörülerek hazırlanmış olmakla birlikte hedeflere yönelik öngörülerini 2013 yılı için somutlaştırmaktadır.

Hedeflerin uygulanabilmesi ve en kısa sürede ekonomik ve sosyal faydanın sağlanabilmesi için ilk yıllarda yoğun bir hazırlık sürecinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Eylemlerin zaman planındaki dağılımı beklenen fayda ve uygulama önceliği dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Eylemlerin önceliklendirilmesinde, turizm ürünün çeşitlendirilmesi, turizm faaliyetlerinin tüm yurt çapına ve tüm yıla yayılması çalışmaları dikkate alınmıştır.

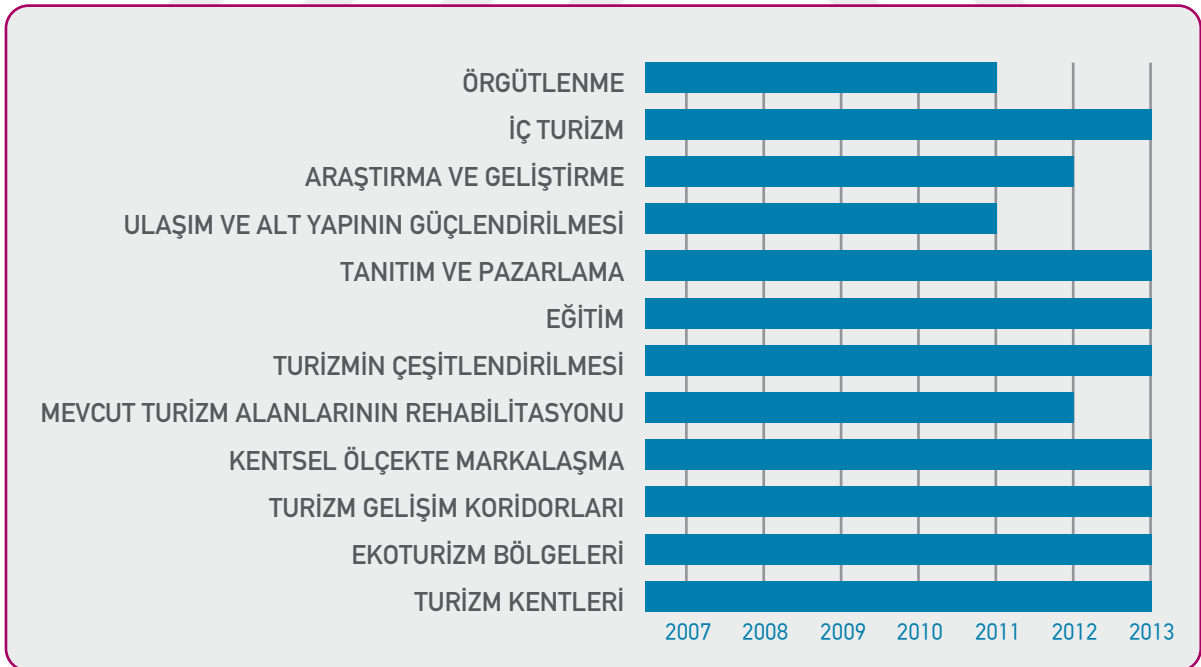
## 4.3 İzleme ve Değerlendirme

Türkiye Turizm Stratejisinin uygulanması ve amaçlanan hedeflerin ne kadar başarıldığının

izlenmesi amacıyla geliştirilen ölçümleme kriterleri, uygulayıcılar ve karar alıcıların dönüşüm sürecine katılımları ve ilerlemeleri için temel araçlardan biri olacaktır. Bu çerçevede, Kültür ve Turizm Bakanlığı içerisinde Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi ve Ulusal Turizm Belgeleme (Akreditasyon) Birimi oluşturulacaktır.

Stratejinin başarıya ulaşmasında kritik öneme sahip olan sürecin izlenmesinde, belirlenen göstergelere göre ölçümlenen gelişmelerin sonuçları belirli aralıklarla hedeflerle karşılaştırılacaktır.

Kamu ve özel sektör kurumlarınca iletilen verileri düzenleyecek Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi değerlendirmelerini Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Ulusal Turizm Konseylerine iletacaktır. Birimler ve konsey bu değerlendirmeler doğrultusunda alınması gereken tedbirleri belirleyerek stratejide gerekli değişikliği yapacaklardır.

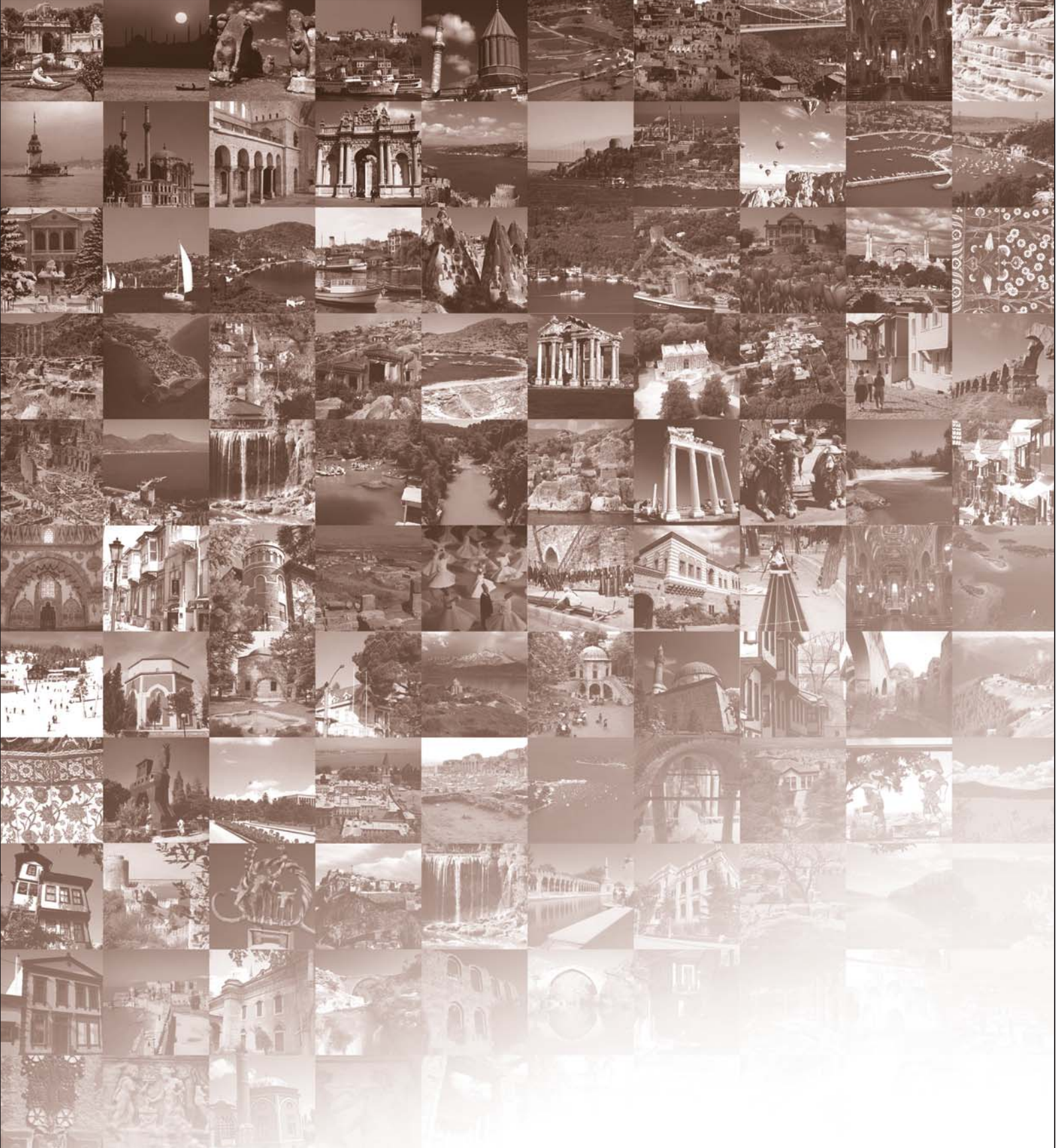


Grafik 2. Türkiye Turizm Stratejisinin Uygulama Süreci









# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ EYLEM PLANI 2007 - 2013



# İÇİNDEKİLER

<b>1. GİRİŞ</b>	42
<b>2. EYLEM PLANI</b>	
1. Planlama	43
2. Yatırım	44
3. Örgütlenme	45
4. İç Turizm	46
5. Araştırma ve Geliştirme	48
6. Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi	50
7. Tanıtım ve Pazarlama	56
8. Eğitim	58
9. Hizmet Kalitesi	60
10. Kentsel Ölçekte Markalaşma	62
11. Turizm Çeşitlendirilmesi	65
12. Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu	71
13. Turizm Gelişim Bölgeleri	72
14. Turizm Gelişim Koridorları	75
15. Eko-turizm Bölgeleri	77
16. Turizm Kentleri	79

## **EK:**

TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 KAVRAMSAL EYLEM PLANI HARİTASI	82
TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 KARAYOLU ÖNERİLERİ HARİTASI	84
TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 HIZLI TREN ÖNERİLERİ HARİTASI	86
TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 TURİZM KENTLERİ, HAVA VE DENİZYOLLARI ÖNERİLERİ HARİTASI	88





## 1. Giriş

Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013, turizm sektörüne uzun erimli bir vizyon kazandırmak üzere hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi -2023'ün önemli bir bileşenidir. Bu belge ile birlikte Türkiye turizminin önümüzdeki kısa -orta ve uzun vadede öncelikli olarak ele alacağı sorun alanları, bu sorunları çözmekle sorumlu kuruluşlar ve bunların rolleri açıklığa kavuşturulmaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 yılını hedeflerken Eylem Planı 2013 yılını hedeflemektedir. Bunun nedeni ise uygulamaya konulacak hedeflerin ölçülebilir ve izlenebilir olmasını sağlamaktır. Eylem Planı 2007-2013 yılları itibarı ile kısa ve orta vade için 6 yıllık bir dönemi kapsamaktadır. Eylem Planında yer alan faaliyetlerin izleme ve değerlendirme süreci genel olarak Türkiye Turizm Stratejisi'nin performansının izlenmesini sağlarken aynı zamanda geri bildirimler ve değerlendirmeler sonucu çalışmanın yenilenmesini de gündeme taşıyacaktır. Böylece bir döngü çerçevesinde çalışma sürekli olarak değerlendirilerek yenilenecektir.

Türkiye Turizm Stratejisi ülkemiz turizmine ve kamu yönetimine yeni bir bakış getirmektedir. Bu bakış, turizmin tüm yıla yayılması ve çeşitlenmesini amaçlayan eylem planı ile somutlaşmaktadır. Eylem planı kuvveden fiile / hedeflerden eylemlere doğru Türkiye turizmine çizilen ulusal bir turizm gelişme planıdır.

Eylem Planı 2007-2013 Türkiye turizminin çeşitlenmesi, tüm yıla yayılması ve öncelikli turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik tedbirlerin ne zaman ve hangi kuruluşların desteği ile alınmasını içermektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi'nin öngördüğü gelişmelere paralel olarak eylem planında dokuz kültür ve turizm gelişim bölgesi, yedi turizm gelişim koridoru,

10 turizm kenti, 11 kruvaziyer liman, 9 yat limanı, 27 Balıkçı Barınağı + Yat Limanı ile 1 yeni havaalanı, yeni demiryolu ve karayolu hatları yer almaktadır. Marka kentler ve ekoturizm bölgeleri de Türkiye Turizm Stratejisinin güçlü önerileri arasındadır. Turizmin çeşitlenmesi hiç şüphesiz ulaşımında çeşitlenmesini gerekli kılmaktadır. Bir yarımada şeklindeki ülkemizin deniz turizminden yeterince faydalanamadığı bir gerçektir. Bu çerçevede, çalışma kapsamında ülkemizde kruvaziyer gemileri kabul edecek limanlar ve yat limanları da önerilmektedir. İlk defa Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Belgesi ile yat turizminin Karadeniz kıyılarında İğneada'dan Hopa'ya kadar geliştirilmesi öngörülmektedir. Bu noktada ilk etapta balıkçı barınaklarının bir kısmının yatlara da hizmet edecek şekilde yenilenmesi öngörülmektedir. Karadeniz'in yapısı nedeniyle yat turizmine ancak yaz aylarında açılması mümkündür. Av yasağının uygulandığı bu dönemler balıkçı teknelerinin hareketinin oldukça az olduğu dönemlerdir. Bu nedenle yaz aylarında bazı balıkçı barınaklarının yenilenecek kısmen yat turizmine açılması önünde yasal ve pratik bir engel bulunmamaktadır.

Eylem Planı 2007-2013 kapsamında sorumlu kuruluşlar, diğer kuruluşların rolleri ve sürece ilişkin ayrıntılar yer almaktadır. Bu sayede, yatırımcı kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör ve üniversitelerin plan kapsamındaki rolleri şeffaf bir şekilde ortaya konmaktadır.

Eylem Planının öngördüğü gelişmelerle Türkiye turizm sektörünün 2013 yılında 1,5 milyon yatak kapasitesine, 40 milyonun üzerinde turiste, yaklaşık 50 milyar dolar dış turizm geliri ve 1000 \$ turist başına harcamaya erişmesi hedeflenmektedir.



## 2. EYLEM PLANI

### 1. PLANLAMA

#### Destinasyon Bazında Planlama

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
1	Uzmanlaşmış turizm merkezleri ve turizm türlerinin entegre olacak şekilde planlanması	Turizm Merkezi (TM), Turizm Kenti (TK), Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde (KTKGB) altyapıdaki eksikliklerinin giderilmesine ve turizm türlerinin bir arada geliştirilmesine olanak sağlayan planlar yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (İ)	2,3	2007	6 yıl
2	Firmaların belgelendirmesi	Turizm sektöründe planlama, yatırım geliştirme ve yönlendirme yapan firmaların belgelendirmesine olanak sağlayan yasal düzenlemeler (Turizmi Teşvik Kanunu ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanununda değişiklik) yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2	2007	1 yıl

#### Stratejik Planlama

3	Stratejik planlama	<p>Turizm gelişimi için hazırlanan yapısal planlarda, yazılı rapor ve temel gelişme aksları tespit edilecektir. Bu kapsamda planlar;</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mevcut durumun analizi ve başlangıç senaryosunun belirlenmesi,</li><li>2. Sentez çalışması ve eşik analizi ile gelişime elverişli alanların tespit edilmesi,</li><li>3. Planlama alanının potansiyelinin belirlenmesi,</li><li>4. Mevcut potansiyel doğrultusunda planlama amaç ve hedeflerinin ortaya konulması,</li><li>5. Bu amaç ve hedeflere uygun stratejilerin belirlenmesi, plan senaryosunun kesinleştirilmesi ve bu senaryo doğrultusunda planlama alanındaki öncelikli çekim odaklarının ve eylem alanlarının tespit edilmesi ve ana plan şemasının hazırlanması,</li><li>6. Plan ana şemasının yanı sıra, örgütlenme, etaplama, finansman vb. hususların yer aldığı plan raporunun hazırlanması,</li><li>7. Hazırlanan plan ana şeması ve raporunun, plan onayı öncesinde sivil toplum kuruluşlarına ve plandan etkilenen taraflara duyurulması ve geri beslemelerin alınması aşamalarından geçilmesi.</li></ol>	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (S)	1,2	2007	6 yıl
---	--------------------	--	--	-----	------	-------





## 2. EYLEM PLANI

## 2. YATIRIM

## Teşvikler

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
4	Teşvik mekanizması	Teşviklerin miktarı, şartları, bölgesel özellikleri ve uygulama dönemleri ayrıntılı çalışmalarla yıllık olarak belirlenecektir.	Hazine ve Dış Tic.Müst. (S) Maliye Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Türkiye Kalkınma Bankası (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10	2007	6 yıl
5	Turistik işletmelere destek sağlanması	Turizm tesislerinin hizmet kalitesini yükseltip, gerektiği durumlarda kapasite artırımına imkân verilebilmesi için, konaklama işletmelerinin yanı sıra seyahat acentalarının da KOBİ statüsüne kavuşturularak, KOBİ'lere sağlanan destek unsurlarından faydalanması sağlanacaktır.	Hazine ve Dış Tic.Müst. (S) Maliye Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Türkiye Kalkınma Bankası (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	4,6,7,8,9,10	2008	6 ay
6	Arazi tahsisi yapılması	Arazi tahsislerinde stratejik planlamanın temel alınmasıyla turizm kentleri yaklaşımının temel olarak alınmasıyla, yatırımcılara daha fazla tasarım şansı tanınacaktır.	Maliye Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ)	4,5,7,8,9,10	2007	6 yıl
7	Turizm tesislerinin yenilenmesi	Turizm tesislerine yönelik yenileme yatırımları teşvik kapsamına alınacak ve uzun vadeli kredilerden yararlandırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Hazine ve Dış Tic.Müst.(S) Bankacılık Sektörü (S)	4,5,6,8,9,10	2007	6 yıl
8	Firmalarının belgelendirmesi	Turizm sektöründe, yatırımlara çeşitlilik, kalite ve hız kazandırmak için planlama, yatırım ve danışmanlık alanlarında faaliyet gösterecek olan işletmeler belgelendirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	4,5,6,7,9,10	2008	1 yıl
<b>Bürokratik Engellerin Kaldırılması</b>						
9	Yabancı yatırımcılara yönelik düzenlemeler	Yabancı sermayenin turizm sektörüne yatırım yapmasını daha etkin kılabacak Yatırım Destekleme ve Tanıtım Ajansı,v.b. gibi kurumlar güçlendirilecektir.	DPT (S) Hazine ve Dış Tic.Müst. (S) Maliye Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Türkiye Kalkınma Bankası (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	4,5,6,7,8,10	2008	1 yıl



## 2. EYLEM PLANI

### 3. ÖRGÜTLENME

#### Yeni Kurumsal Yapının Oluşumu İçin Yasal Düzenlemelerin Gerçekleştirilmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
10	Turizm Konseyleri Yasası ve Konseylerin Kurulması	Kültür ve Turizm Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanunda değişiklik yapılarak ulusal, il ve noktasal düzeyde Konseylerin kurulmasına yönelik gerekli yasal düzenleme yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	4,5,6,7,8,9	2007	2 yıl

#### Turizm Sektörünün Gelişiminde Kültür ve Turizm Bakanlığının Yeni Rolü

11	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Yeniden Organizasyonu	<ul style="list-style-type: none"><li>* Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Teşkilat şemasında değişiklik yapılarak yeni birimlerin kurulmasına yönelik gerekli düzenlemeler gerçekleştirilecektir:</li><li>* Turizm standartlarının geliştirileceği, işletmelerin uyması gereken uygulamaların belirleneceği Ulusal Turizm Belgeleme (Accreditation) Birimi,</li><li>* İç turizme yönelik her türlü araştırma, değerlendirme ve politika oluşturma konularında çalışmalar yapacak İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme Birimi,</li><li>* Sektördeki değişimleri takip ederek, yaygın ve örgün turizm eğitim politikalarının ana hatları, içeriği ve stratejilerinin belirlenmesine yönelik çalışmaların yapılacağı Turizm Eğitimi Yönlendirme Birimi,</li><li>* Sektörle ilgili istatistik, alan araştırmaları ve ölçümleri bünyesinde toplama, işleme ve değerlendirme konularında çalışmalar yapacak Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi kurulacaktır.</li></ul>	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,10	2007	2 yıl
----	--	--	--------------------------------	--------	------	-------





## 2. EYLEM PLANI

## 4. İÇ TURİZM

## İç Turizm Tanıtımı

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
12	İç Turizmde Tanıtım	İç turizmde varış noktaları bazında, profesyonel ve markaya yönelik tanıtımlar gerçekleştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (İ) TUOFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11, 13,14,15,16,17, 18,19	2007	2 yıl
13	İç Turizmde Rezervasyon	Nitelikli turistik tesislerin, erken rezervasyon sistemi vasıtasıyla yerli turiste sezon dışında uygun fiyatlı tatil olanakları sunmasına yönelik programlar arttırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (İ) TUOFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11, 12,14,15,16,17, 18,19	2007	2 yıl

## İç Turizm Pazarının Desteklenmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
14	Fiyatlandırma	Turizm işletmelerinin orta ve düşük gelir gruplarındaki yerli turistlerin tatil ihtiyaçlarını karşılamaları için uygun kontenjan ve fiyat ayarlamaları yapmaları sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (İ) TUOFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11, 12,13,15,16,17, 18,19	2007	2 yıl
15	İç turizmde hizmet veren acentelerin desteklenmesi	İç turizm pazarına yönelik paket turlar öneren seyahat acentelerinin sayısının artırılması için desteklenmeleri sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (İ) TUOFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11, 12,13, 14,16,17, 18,19	2007	2 yıl
16	Gençlik turizmine yönelik çalışmalar	Toplam nüfusumuzun % 20'lik kısmını oluşturan hareketliliği daha fazla olan üniversite ve orta öğretim çağındaki bireylere ve bekar orta yaş grubuna hitap eden program alternatifleri geliştirilecektir. Gençliğin ülkemizi daha iyi tanıması, seyahat ve tatil alışkanlığı edinmesi açısından turizm işletmelerinin gençlik turizmine daha fazla yönelmeleri için sektör ile ortak çalışma ve programlar gerçekleştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) TURSAB (İ) TUOFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15,17, 18,19	2007	2 yıl

**İç Turizm Pazarının İzlenmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
17	İç turizmin izlenmesi çalışmaları	İç turizmin izlenmesine yönelik olarak, "Yurt İçi Seyahate Katılan Vatandaşların Sayısı ve Değişimi", "Seyahat Amacına Göre Türkiye Vatandaşlarının Geceleme Sayısı", "Yurt İçi Seyahatlerde Yapılan Konaklama Çeşitleri", "Türkiye Vatandaşlarının Yurt İçi Turizm Harcamalarının Ekonomik Değeri" "Yurt İçi Turizm Faaliyetlerinin Dönemlere Göre Değişimi", değişik ölçütlere göre (yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, ekonomik durum vb) "Vatandaşların Yurt İçi Turizm Faaliyetlerinde Gösterilen Farklılık" vb. gibi ölçümler yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,18,19	2008	6 ay

**Alternatif Turizm**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
18	Bölgesel ve yerel bazda araştırmalar	İç turizm pazarında alternatif turizme dayalı ürünler araştırılarak bölgesel ve yerel bazda kapasite artırmaya yönelik çalışmalar yapılacak ve bu değerlerin tanıtım ve pazarlaması yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (İ) TUROFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,19	2007	6 yıl

**Sosyal Turizm**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
19	Sosyal turizmin desteklenmesi	Dezavantajlı grupların tatile çıkmalarını olanaklı kılabacak sosyal turizm projeleri geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) TURSAB (İ) TUROFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,19	2007	6 yıl





## 2. EYLEM PLANI

## 5. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME

## Markalaşma

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
20	İmaj Oluşturma	Ulusal ve uluslararası pazarlarda istenilen imajın oluşturulması için gerekli çalışmalar yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Dışişleri Bakanlığı (İ) TURSAB (İ) TUROFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,12,21	2007	6 yıl
21	Varış noktalarının markalaştırılması	Ulusal, bölgesel ve yerel olarak turizm imajı oluşturulmasına yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde varış noktalarının marka haline getirilmesi sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Tanıtma Fonu (S) Yerel Yönetimler (S) Dışişleri Bakanlığı (İ) TURSAB (İ) TUROFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,12,20	2008	6 yıl

## Sürdürülebilir AR-GE

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
22	İstatistik verilerin dünya standartlarına uyarlanması	Turizm sektöründeki istatistikî verilerin dünya standartlarında ve yeni gelişimlere ve araştırmalara destek olacak şekilde yeniden düzenlenmesi sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TSE (S) TÜİK (S) TURSAB (İ) TUROFED (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	11,21,24,25,26	2007	2 yıl
23	İstatistik verilerin dünya standartlarına uyarlanması	Kamu, özel sektör, üniversiteler, Sivil Toplum Kuruluşları, araştırmacılar ve işletmelerin istatistikî verilere ulaşımı sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TÜİK (S) TURSAB (S) TUROFED (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	11,22,23,25,26	2007	2 yıl



24	Kamu-özel sektör işbirliği	Ar-Ge'de kamu ve özel sektör arasında işbirliği ve eşgüdüm sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TÜİK (S) TURSAB (S) TUOFED (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	11,21,22,25,26	2007	6 yıl
25	Türkiye Turizm Stratejisine uyum	Türkiye Turizm Stratejisine uyum sağlayacak şekilde, yerel turizm stratejileri oluşturulacak,yatırımcıların ve işletmelerin, stratejilere uygun şekilde hareket etmelerini sağlayacak ortam hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TURSAB (S) TUOFED (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	11,21,22,23, 24,26	2007	4 yıl







## 2. EYLEM PLANI

## 6. ULAŞIM VE ALTYAPININ GÜÇLENDİRİLMESİ

## Turizm Potansiyeli Yüksek Alanlarda Altyapı Eksikliğinin Giderilmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
26	Altyapı Birlikleri Yasası	Turizmin yoğun olarak geliştiği alanlarda ciddi bir altyapının oluşturulması, altyapı tesislerinin etkin bir şekilde işletilmesi için gerekli yasal düzenlemelerden biri olan ve yerel düzeyde çözümler sunan altyapı ve hizmet birlikleriyle ilgili yasal düzenlemeler yayımlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) İçişleri Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) TUROFED (S) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,27,28,29	2007	2 yıl
27	Marka Kentlerdeki Altyapı Eksiklikleri	Marka kentlerde altyapı eksikliklerinin tamamlanması için Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler ve ilgili kuruluşlar işbirliği içinde uygulamalar gerçekleştireceklerdir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (İ) Karayolları Gn.Md.(S) Ulaştırma Bakanlığı (S) TCDD (S) TUROFED (S) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	5,6,7,26,28,29	2007	6 yıl
28	Kıyı Gerisinde Kalan Mevcut Turizm Alanlarında Altyapı Eksikliklerinin Giderilmesi	Kıyı gerisinde mevcut turizm alanlarında ortaya çıkan altyapı eksiklikleri tamamlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (İ) Karayolları Gn.Md.(S) Ulaştırma Bakanlığı (S) TCDD (S) TUROFED (S) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	3,7,10,26,27,29	2007	6 yıl
29	Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamındaki Alanlarda Altyapının Geliştirilmesi	Alternatif turizm alanlarında altyapı gelişimi için düzenlemelerin yapılması sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (S)	1,2,3,26,27,28	2007	6 yıl

**Zaman ve Güvenlik Açısından Ön Plana Çıkan Hava yolu Ulaşımının Geliştirilmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
30	Bursa, Çanakkale ve Körfez Havaalanlarının Uluslararası Uçuşlara Açılması	Varış noktaları şeklinde geliştirilecek ve konaklama kapasiteleri artırılabacak Bursa, Çanakkale ve Edremit Körfez havaalanları uluslararası uçuşları kabul edecek şekilde geliştirilecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (S) DLH (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	1,27,28,31	2007	6 yıl
31	Havaalanı Etüdü	Kütahya'da yeni havaalanı için fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (S) DLH (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	1,27,28,30	2007	6 yıl

**Ulaşımında Demiryolu Taşımacılığının Payının Arttırılması Amacıyla Bölgeler Arası Bağlantıların Geliştirilmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
32	Hızlı Tren Projeleri	Mevcut demiryolu bağlantılarını birbirleriyle birleştirecek ve ülke genelinde ana varış noktalarını birbirine bağlayacak hızlı tren hatları hayata geçirilecektir. Ankara-Konya Ankara-Sivas Ankara-İzmir Bursa-Osmaneli İstanbul-Antalya Ankara-Kayseri	Ulaştırma Bakanlığı (S) DLH (S) TCDD (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	1,27,28,29,33,34	2007	6 yıl
33	Hızlı Tren Projeleri	Mevcut demiryolu bağlantılarını birbirleriyle birleştirecek ana varış noktalarını birbirine bağlayacak hızlı tren hatları fizibilite ve uygulama projeleri geliştirilecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (S) DLH (S) TCDD (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	1,27,28,29,32,34	2007	3 yıl
34	Demiryolu Bağlantıları	Mevcut demiryolu bağlantılarını birbirleriyle birleştirecek ve ana turizm bölgelerini birbirine bağlayacak il demiryolu hatlarının oluşturulması ile ilgili fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (S) DLH (S) TCDD (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	1,27,28,29,31,33	2007	6 yıl



**Turizmde Karayolu Ulaşımında Güvenliğin ve Erişim Kapasitesinin Arttırılması**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
35	Ana Bölünmüş Yol Bağlantıları	<p>Turizmin çeşitlenmesi ve tüm yurda yayılması kapsamında ana bölünmüş yol güzergahlarının fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir. Uygulama projeleri gerçekleştirilecek hatlar aşağıda verilmektedir.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ankara – Aksaray – Pozantı Hattı</li><li>2. Ankara – Kırıkkale – Yozgat – Sivas – Erzincan – Erzurum Hattı</li><li>3. Ankara- Kırıkkale – Samsun Hattı</li><li>4. Diyarbakır – Mardin – Şanlıurfa Hattı</li><li>5. Ankara – Afyonkarahisar – Uşak – İzmir Hattı</li><li>6. Afyonkarahisar – Kütahya – Bursa – Balıkesir (Bursa – Erdek) Hattı</li><li>7. Aydın – Denizli – Burdur- Antalya Hattı.</li></ol>	Ulaştırma Bakanlığı (S) Karayolları (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ)	27,28,29,36	2007	3 yıl



No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
36	Bölünmüş Yol Bağlantıları	<p>Turizmin çeşitlenmesi ve tüm yurda yayılması kapsamında bölünmüş yol güzergahlarının fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir. Fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecek hatlar aşağıda verilmektedir.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. İğneada - Kırklareli – Edirne Bağlantısı</li><li>2. İğneada - Kırklareli – Tekirdağ-Gelibolu-Enez Bağlantıları</li><li>3. Bolu – Karabük – Kastamonu – İnebolu Bağlantısı</li><li>4. Karabük – Bartın – Bolu Bağlantısı</li><li>5. Bolu – Amasya Bağlantısı</li><li>6. Ankara-Çankırı-Kastamonu Bağlantısı</li><li>7. Sivas-Tokat-Ünye Bağlantısı</li><li>8. Amasya – Erzincan – Gümüşhane – Tirebolu Bağlantıları</li><li>9. Tokat – Ünye Bağlantısı</li><li>10. Ardahan – Artvin – Sarp Bağlantısı</li><li>11. Erzurum – Ağrı- Iğdır Bağlantısı</li><li>12. Erzurum – Kars – Ardahan – Türkgözü Bağlantısı</li><li>13. Ardahan – Artvin - Sarp Bağlantısı,</li><li>14. Erzincan – Gümüşhane – Tirebolu ve</li><li>15. Elazığ-Erzincan Bağlantısı</li><li>16. Gaziantep – Malatya – Elazığ Bağlantısı</li><li>17. Malatya-Kayseri Bağlantısı</li><li>18. Gaziantep Kayseri Bağlantısı</li><li>19. Diyarbakır – Bitlis – Iğdır Bağlantısı</li><li>20. Mardin-Diyarbakır-Elazığ Bağlantısı</li><li>21. Anamur-Karaman-Konya Bağlantısı</li><li>22. Anamur- Alanya – Konya – Aksaray Bağlantısı</li><li>23. Manavgat – İbradı – Afyon Bağlantısı</li><li>24. Antalya – Isparta - Afyonkarahisar Bağlantısı</li><li>25. Antalya-Burdur-Denizli-Aydın Bağlantısı</li><li>26. Marmaris- Muğla – Denizli Bağlantısı</li><li>27. Mudanya – Kütahya Bağlantısı</li><li>28. Bursa-Bandırma-Erdek-Çanakkale ve Balıkesir Bağlantıları</li><li>29. Balıkesir-Uşak ve Uşak-Kütahya Bağlantıları</li></ol>	Ana Bölünmüş Yol Bağlantıları	27,28,29,36	27,28,29,36	3 yıl





## Ülkemizin Deniz Turizminde Hak Ettiği Payı Alması

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
37	Balıkçı Barınakları	<p>Marmara ve Karadeniz'de bulunan balıkçı barınaklarının yat turizmine kazandırılmasına yönelik eylem planı ve gerekli yasal düzenlemeler gerçekleştirilecektir. Bu çerçevede yat turizmine yönelik fizibilite ve uygulama projeleri hazırlanacak balıkçı barınakları aşağıda verilmektedir.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Enez Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>2. Şarköy Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>3. Avşa Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>4. İğneada Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>5. Kıyıköy Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>6. Kilyos Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>7. Şile Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>8. Akçakoca Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>9. Amasra Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>10. Cide Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>11. İnebolu Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>12. Sinop Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>13. Gerze Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>14. Yakakent Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>15. Samsun Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>16. Yalıköy Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>17. Fatsa Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>18. Efirli Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>19. Giresun Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>20. Görele Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>21. Trabzon Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>22. Of Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>23. Rize Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>24. Fındıklı Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>25. Hopa Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>26. Ahlat Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li><li>27. Van Balıkçı Barınağı+Yat Limanı</li></ol>	<p>Ulaştırma Bakanlığı (İ) DLH (İ) Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Deniz Ticaret Odası (İ) Deniz Turizmi Birliği (İ)</p>	27,28,29,38,39	2009	2 yıl



38	Yat Limanları	<p>Ülkemizin sahip olduğu turizm olanaklarının çeşitlendirilmesi ve turizmden elde edilen gelirin artırılması için yat limanlarına özel önem verilecektir. Bu çerçevede, aşağıda verilen alanlarda yat limanı fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Samandağ Yat Limanı</li><li>2. Anamur Yat Limanı</li><li>3. Dalaman Yat Limanı</li><li>4. Ören Yat Limanı</li><li>5. Datça Yat Limanı</li><li>6. Geyikli Yat Limanı</li><li>7. Bozcaada Yat Limanı</li><li>8. Gökçeada Yat Limanı</li><li>9. Saros Körfezi Yat Limanı</li></ol>	<p>Ulaştırma Bakanlığı (İ) DLH (S) Tarım ve Köyşleri Bakanlığı (İ) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Deniz Ticaret Odası (İ) Deniz Turizmi Birliği (İ)</p>	27,28,29,38,39	2009	2 yıl
39	Kruvaziyer Limanlar	<p>Deniz turizminin geliştirilmesi için kruvaziyer limanlara özel önem verilecektir. Bu çerçevede, aşağıda verilen alanlarda kruvaziyer limanı fizibilite ve uygulama projeleri gerçekleştirilecektir.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Samandağı Kruvaziyer Limanı</li><li>2. Antalya Kruvaziyer Limanı</li><li>3. Kuşadası Kruvaziyer Limanı</li><li>4. Çeşme Kruvaziyer Limanı</li><li>5. Çanakkale Kruvaziyer Limanı</li><li>6. İstanbul Galata Kruvaziyer Limanı</li><li>7. İstanbul Haydarpaşa Kruvaziyer Limanı</li><li>8. İstanbul Ataköy Kruvaziyer Limanı</li><li>9. İstanbul Zeytinburnu Kruvaziyer Limanı</li><li>10. Samsun Kruvaziyer Limanı</li><li>11. Trabzon Kruvaziyer Limanı</li></ol>	<p>Ulaştırma Bakanlığı (İ) DLH (S) Tarım ve Köyşleri Bakanlığı (İ) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Denizcilik Müsteşarlığı (İ) Deniz Ticaret Odası (İ) Deniz Turizmi Birliği (İ)</p>	27,28,29,37,38	2007	2 yıl





## 2. EYLEM PLANI

## 7. TANITIM VE PAZARLAMA

## Tanıtma Faaliyetlerinde Süreçlerin Belirlenmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
40	Tanıtım Finansmanı	Kamu ve özel sektörün katkıları ile turizm tanıtım fonu oluşturulacak ve bu fon Ulusal Turizm Konseyi tarafından izlenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,12,13,14, 15,41,42,43, 44,45,46,47, 48,49,50	2008	6 ay
41	Pazarların araştırılması ve belirlenmesi	Ulusal Turizm Veri Bankasının derlediği yurtiçi ve yurtdışına ilişkin veriler doğrultusunda turizm pazarında oluşan yeni eğilimlerde dikkate alınarak ülkemiz açısından önemli olan pazar dilimleri ve bölgeleri belirlenecektir. Hedef kitle ve bölge odaklı tanıtım yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	10,11,12,13,14, 15,40,42,43, 44,45,46,47, 48,49,50	2007	6 yıl
42	Tanıtım Araçları	E-tanıtım, e-pazarlama ve e-ticaret gibi yeni gelişmekte olan ve turizmi etkileyen teknolojilere kamu ve özel sektöre yeterli yatırım yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,12,13,14, 15,40,41,43, 44,45,46,47, 48,49,50	2007	6 yıl
43	Tanıtma etkinliğinin ölçülmesi	Yapılan tanıtım faaliyetleri sonucunda oluşan turist akışı ve gelirlerinin istenilen düzeyde olup olmadığı Turizm Veri Bankası Birimi tarafından rapor haline getirilerek birimlere sunulacaktır. Bu raporlar doğrultusunda birimler gerekli görülen müdahalelere ve değişikliklere karar vereceklerdir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,12,13,14, 15,40,41,42, 44,45,46,47, 48,49,50	2007	6 yıl

## Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinde Alternatif Stratejilerin Belirlenmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
44	Alternatif tanıtım senaryolarının belirlenmesi	Turizm piyasasının küçük olumsuzluklardan bile önemli düzeylerde etkilenmesi nedeniyle, etkin kriz yönetiminin temelleri atılacak, oluşabilecek olumsuz durumlarda uygulanabilecek alternatif stratejiler belirlenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Ulusal Turizm Konseyi (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,12,13,14, 15,40,41,42, 43,45,46,47, 48,49,50	2007	2 yıl

**Tanıtma Faaliyetlerinde Süreçlerin Belirlenmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar			
45	Etkin işbirliğinin sağlanması	Kamu-özel sektör ve STK'ların iyi yönetim çerçevesinde uygulayıcı olmaları sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	10,11,12,13,14,15,40,41,42,43,44,46,47,48,49,50	2007	6 yıl
46	Tanıtımın koordinasyonu	Devletin tanıtımda özel sektöre destek vermesi ve işbirliği içerisinde hareket edilmesi konusunda bütçe, fon, teşvik ve kredilerde farklı yaklaşımlar geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	10,11,12,13,14,15,40,41,42,43,44,45,47,48,49,50	2007	6 yıl

**Marka İmajı**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
47	Marka imajı yaratılması	Türkiye turizmini doğrudan etkileyen ülkelerde yada yakın ülkelerde gerçekleşen olumsuz olayların etkilerini azaltmaya dönük tanıtım çalışmaları yapılarak iyi imaj yaratılmasını sağlayıcı proje ve programlar hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	10,11,12,13,14,15,40,41,42,43,44,45,46,48,49,50	2007	6 yıl







## 2. EYLEM PLANI

## 8. EĞİTİM

## Akademik Eğitim ve Turizm Sektörüne Nitelikli Eleman Yetiştirecek Mesleki Eğitimin Bir Arada Geliştirilmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
48	Rehberlikte Uzmanlık	Turist rehberlerine eğitim vermekte olan üniversiteler veya meslek kuruluşları ile işbirliği sağlanacak ve adı geçen kurum veya kuruluşlar denetlenecektir. Rehberlik lisans programlarının bir parçası olan "Türkiye Turu Uygulama Gezileri" standart bir program haline getirilecektir.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49, 50	2007	6 yıl
49	Meslek standartlarının belirlenmesi	Mesleki eğitimde standardizasyon, uluslararası standartlara göre verimlilik, hizmet kalitesinin niteliği ve istihdam için gerekli olan beceri düzeyleri belgelendirilecektir.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	48, 50	2007	3 yıl
50	Turist rehberliği eğitim programının niteliğinin yükseltilmesi	Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren okulların yüksek lisans düzeyinde uzmanlaşma eğitimine başlaması sağlanacaktır.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	48, 49	2007	3 yıl

## Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinde Alternatif Stratejilerin Belirlenmesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
51	Eğitim kalitesinin artırılması	Örgün mesleki eğitim kurumlarında verilen programların içeriği sektörün ihtiyaçlarına göre belirlenecektir.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	52,53,54,55,56,	2007	2 yıl
52	Eğiticilerin eğitimi	Turizm ve otelcilik eğitimi kurumlarında, meslek dersleri eğiticilerinin yaz dönemlerinde uygulamaya yönelik olarak çalışmalarının sağlanması ve mesleki araştırmalarda bulunmaları sağlanacaktır.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	51,53,54,55,56,	2007	2 yıl
53	Halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi	Yaygın eğitimin katılımcı bir şekilde sürdürülmesine yönelik model benimsenecektir.	TRT, RTÜK (S), YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	51,52,54,55,56,	2007	2 yıl

**Turizmin İsteddiği Nitelikte İşgücü Yetiştirilmesinde Özel Sektörün Katılımı**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
54	Kaçak personel çalıştırılmasının engellenmesi	İlgili birlik ve meslek örgütlerinin yetkilendirilmesi ve sorumlu kılınması yoluyla istihdamın kayıt altına alınması için gereken tedbirler belirlenecektir.	Çalışma ve Sosyal Güv.Bak. (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) İçişleri Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	51,52,53,55, 56,	2007	2 yıl
55	Turizm işletmeciliği standartlarının belirlenmesi	Turizm ve otel işletmeciliği faaliyetlerinin hukuki çerçevesinin tanımlanması ve meslek kademeleri için gereken asgari niteliklerin belirlenmesi ve mesleki unvanların korunmasını sağlayacak olan yasal düzenlemeler getirilecektir.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	51,52,53,54, 56,	2007	2 yıl

**Yaygın ve Örgün Eğitimde İçeriğin Güncellenmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
56	Müfredatın güncellenmesi	Üniversitelerin "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümlerinde"; okutulmakta olan müfredat yeniden ele alınacak ve güncel turizm türleri, ürünleri ve yeni gelişimler eğitim kapsamına alınacaktır.	YÖK (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	51,52,53,54,55,	2007	2 yıl



**2. EYLEM PLANI****9. HİZMET KALİTESİ****Kalite Anlayışı Bilincini Oluşturmak**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
57	Kalite standartlarının belirlenmesi	Turizm sektöründe uluslararası standartlara uyum sağlanmasına ve bu standartların korunmasına çalışılacaktır. Kalite anlayışının turizmin her alanında ve her basamağına uygulanabilirliği sağlanacak ve mesleki eğitimde standardizasyon sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S), YÖK (İ), Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,58,59,60,61,62,63,64,65,66	2007	2 yıl
58	Kalitenin içselleştirilmesi	Turizm sektöründeki kaliteyi artırmak için mesleki eğitim desteklenecektir. Turizmle ilgili kurum ve kişiler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı sağlanacaktır. Hizmet kalitesinin gelişimi açısından belirlenen nitelikleri gerçekleştirecek bir dizi eğitim programı hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S), Milli Eğitim Bakanlığı (S), YÖK (İ), Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,57,59,60,61,62,63,64,65,66	2007	3 yıl

**Kaliteyi "Ölçülebilir" Kılmak**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
59	Ölçülebilir kalite standartlarının belirlenmesi	Uluslararası standartlara uyum sağlanması ve bu standartların korunması ve marka oluşturulması amacıyla, turizmin yoğun olarak yaşandığı ve gelişimin olduğu merkezlerde mevcut hizmetin kalitesini ölçmek, yükseltmek ve takip etmek için Ulusal Turizm Belgeleme Birimi'nce ortak metod ve ölçü araçları belirlenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,57,58,60,61,62,63,64,65,66	2007	2 yıl
60	Konaklama tesislerinin belgelerindeki farklılıklarının giderilmesi	Ulusal Turizm Belgeleme Birimince konaklama tesislerinin belgelendirilmesinde farklılıklar giderilerek tek bir sistem oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,57,58,59,61,62,63,64,65,66	2007	2 yıl

**Planlı Gelişim**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
61	Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri'nde fiziksel planların hazırlanması	Altyapı ve üstyapı yatırımlarının fiziksel planlara uygun olarak gerçekleştirilmesi ve turizm gelişiminin gerçekleşeceği alanlarda öncelikle fiziksel planlama çalışmalarının tamamlanarak yürürlüğe konulması sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	49,51,57,58,59,60,62,63,64,65,66	2007	6 yıl



## Mevzuat Düzenlemeleri

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
62	Yönetişim ilkelerinin uygulanması	Turizm sektöründe hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve etkinliğinin sağlanması için sektörde karar verme mekanizmaları iyi yönetim ve Toplam Kalite Yönetimi çerçevesinde yeniden tasarlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,57,58,59, 60,61,62,64,65, 66	2007	1 yıl
63	Turizmle doğrudan bağlantılı konularda "koruma-kullanma" dengesi kapsamında yasal düzenlemeler yapılması	Çevre Kanunu, Turizmi Teşvik Kanunu ve Kültür ve Tabiat Kanunu, Milli Parklar Kanunu uygulamalarında ve bağlı yönetmeliklerde bu amaçla gerekli düzeltmeler yapılacaktır.	Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	49,51,57,58,59, 60,61,62,63,65, 66	2007	2 yıl
64	Olumsuzluklara hızlı şekilde müdahale edilmesinin sağlanması	Doğal ve tarihi çevrenin korunmasında çevreye yönelik tehdit niteliğindeki her türlü eylemin önlenmesi için müdahale, yargılama ve yaptırımların uygulanmasında hız ve etkinliğin artırılmasına çalışılacaktır.	Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	49,51,57,58,59, 60,61,62,63,64, 66	2007	2 yıl
65	İstatistik çalışmalarının yeniden düzenlenmesi	İstatistik bilgilerin değerlendirilmesi aşaması ve turizm gelirlerinin hesabında turizm uydü muhasebesi sistemine geçilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TÜİK (İ) Merkez Bankası (İ)	49,51,57,58,59, 60,61,62,63,64, 65,	2007	2 yıl





## 2. EYLEM PLANI

## 10. KENTSEL ÖLÇEKTE MARKALAŞMA

## Mimari Düzenlemeler

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
66	Kültür Kentleri Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentlerinin oluş- turulması	Kültür temalı marka kentlerde; * Kültürel varlıklar tespit edilerek önceliklerine göre restore edilecek ve kültürel varlıklara uygun işlevler kazandırılacaktır. * Bu illere yönelik özel bütçeleme çalışmaları yapılacak ve yerel fonlar geliştirilecektir. * Bu illerdeki altyapı ve üstyapı eksiklikleri giderilecektir. * Konaklama kapasiteleri geliştirilecektir.	Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Üniversiteler İlgili Bölümleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	25,27,68,69,70	2007	6 yıl
67	Şehir müzeleri	Uluslararası standartlarda kentsel sembol oluşturacak şehir müzeleri kurulacaktır. Özgün sanatsal koleksiyonların ve güncel eserlerin sergilenmesi yanında uluslararası sanatsal etkinliklere ev sahipliği yapacak merkezler oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Üniversiteler İlgili Bölümleri (İ) Özel Sektör (İ)	25,27,67,69,70	2007	6 yıl
68	Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu, onarı- mı ve çevre düzenlemesi	Kent içinde ve çevresinde tarihi, kültürel ve arkeolojik değer taşıyan yapı ve örenyerleri ile yapı kalıntılarının kentsel değerleri zenginleştirmek amacıyla kazı ve restorasyon çalışmaları yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Üni- versiteler İlgili Bölümleri (İ) Özel Sektör (İ)	25,27,67,68,70	2007	6 yıl
69	Tarihsel çekim noktalarının çevresinde yeme-içme ve günübirlik ticari merkezler	Restore edilen yada çevre düzenlemesi yapılan tarihi ve kültürel çekim noktalarının ziyaretçiler tarafından izlenilebilirliğini kolaylaştıracak ticari üniteler oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ)	25,27,67,68,69	2007	6 yıl

**Ulaşım Sistemi İle İlgili Düzenlemeler**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
70	Havaalanı otelleri	Havaalanları çevresinde transit yolcuların marka kentlerde kısa süreli konaklamalarına imkan sağlayacak nitelikli konaklama tesisleri oluşturulacaktır.	Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Ulaştırma Bakanlığı, DLH Genel Müdürlüğü (İ)	1,32,33,34,72,73	2007	6 yıl
71	Havaalanı-kent merkezi ulaşım sistemi	Havaalanı-kent ulaşım bağlantısının hızlı, güvenli ve rahat bir biçimde sağlanmasına yönelik toplu taşıma sistemleri oluşturulacaktır.	Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Ulaştırma Bakanlığı (İ)	1,32,33,34,71,73	2007	6 yıl
72	Deniz Turizmi Altyapısı	Marka Kentlere Deniz Ulaşımının sağlanabilmesi amacıyla mevcut iskele ve limanların geliştirilmesi sağlanacaktır.	Denizcilik Müsteşarlığı(S) Yerel Yönetimler (S)	1,32,33,34,71,72	2007	6 yıl
		Marka Kentlerin Kruvaziyer Turizm rotalarına dahil edilmesi amacıyla kruvaziyer limanlarının sayısı arttırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(İ) Ulaştırma Bakanlığı (İ)		2007	6 yıl
		Mevcut İskele ve Limanlar ile kent bağlantısını sağlayacak toplu taşıma sistemlerinin ve liman geri saha altyapısı geliştirilecektir.	Tur Operatörleri (İ) Seyahat Acentaları(İ) Özel Sektör (İ)		2007	6 yıl

**Kültürel Akıların Düzenlenmesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
73	Fuar ve Kongre Merkezleri	Kongre turizmine yönelik tesis ve tanıtım faaliyetleri geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Yerel Yönetimler (S)	61,62,71,75	2007	6 yıl
		Yeni Fuar ve Kongre Merkezleri oluşturulacaktır.	Özel Sektör (İ)			
74	Sanat Köyleri	Uluslararası sanatsal etkinliklere ev sahipliği yapabilecek ve katılımcılar ile izleyicilerin her türlü ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik yapı ve tesisleri barındıran sanat köyleri oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ)	61,62,71,74	2007	6 yıl



**Sosyal ve Kültürel Düzenlemeler**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
75	Turizm danışma büroları	Kent Merkezlerinde bilgilendirme ve yönlendirme faaliyetlerinin yürütülmesi amacıyla turizm danışma büroları oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S)	67,68,69,70, 77,78,79	2007	6 yıl
76	Kentsel altyapı ve üstyapı	Kentsel mekan kalitesinin artırılması amacıyla kentsel altyapı iyileştirilecektir.	Yerel Yönetimler (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Ulaştırma Bakanlığı (İ)	67,68,69,70, 76,78,79	2007	6 yıl
		Kent merkezlerinde iyileştirme, ticaret ve konut mekan kalitesinin artırılması amacıyla kentsel mekan standartları oluşturulacaktır.				
		Kent içi toplu taşıma sistemi geliştirilecektir				
77	Yön levhaları ve bilgilendirme tabelaları	Yönlendirmeyi ve bilgilendirmeyi kolaylaştırıcı bilgilendirme ve yön levhaları iyileştirilecek, içeriği zenginleştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Karayolları Gn.Md. (S) Yerel Yönetimler (S)	67,68,69,70, 76,77,79	2007	6 yıl
78	Kent haritaları ve tanıtıcı broşürler	Turistik değerleri tanıtıcı bilgilendirme kitapları ve ayrıntılı kent haritaları ve broşürler bastırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Tur Operatörleri (İ) Seyahat Acentaları(İ) Özel Sektör (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	67,68,69,70, 76,77,78	2007	6 yıl



## 2. EYLEM PLANI

## 11. TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

## Sağlık Turizmi ve Termal Turizm

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
79	Termal Turizm Master Planı hazırlanması	<p>•Öncelikli olarak dört bölge için termal turizm master planı hazırlanacaktır. Bu bölgeler aşağıda verilmektedir. Güney Marmara: Balıkesir, Çanakkale, Yalova Güney Ege: Aydın, Denizli, Manisa, İzmir Frıgya: Afyonkarahisar, Ankara, Uşak, Eskişehir, Kütahya Orta Anadolu: Aksaray, Kırşehir, Niğde, Nevşehir, Yozgat</p> <p>Bu bölgelerde termal turizm merkezleri belirlenecek ve termal turizmin altyapı ve üstyapısının geliştirilmesine yönelik stratejiler hayata geçirilecektir.</p>	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Sağlık Bakanlığı (İ) Özel Sektör (İ) Yerel Yönetimler (İ)	1,11,18,21,2526, 29,81,82,83,84, 85,86,87	2007	6 yıl
80	Termal projeler için fizibilite çalışmaları	Termal turizm yatırımlarının fayda-maliyet analizleri yapılarak gerçekleştirilmesi için gerekli fizibilite etütleri uzman kuruluşlara yaptırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Enerji ve Tabii Kaynaklar Bak.(İ) Yerel Yönetimler (S)	1,11,18,21,2526, 29,80,82,83,84, 85,86,87	2007	6 yıl
81	Termal tesislerde mimari niteliklerin yükseltilmesi	Termal tesislerde geleneksel tarihsel, kültürel ve yerel mimari özelliklerinin kullanımı özendirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S)	1,11,18,21,2526, 29,80,81,83,84, 85,86,87	2007	6 yıl
82	Termal turizm tanıtımı	Bir destinasyon olarak termal turizm merkezlerini ve su kaynaklarının özelliklerini tanıtmak amacıyla broşürler hazırlanacak ve uluslararası fuarlara katılım sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Üniversiteler İlgili Bölümleri (İ) Özel Sektör (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,11,18,21,2526, 29,80,81,82,84, 85,86,87	2007	2 yıl







No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
83	Pilot Bölgeler	Altyapı (sondaj, yol, içme ve kullanma suyu, kanalizasyon v.b) ve çevre tanzimi için sağlanan mali yardımlar öncelikle pilot bölgelerde yoğunlaştırılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı(S) Sağlık Bakanlığı (S) MTA(S) Yerel Yönetimler (S)	1,11,18,21,2526, 29,80,81,82,83, 85,86,87	2007	3 yıl
84	Turizm Teşvikleri	Finans kredisi, ithalat kolaylığı, KDV iadesi gibi özel sektör teşvikleri artırılmalı, termal turizm öncelikli teşvikler içerisinde ele alınacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Hazine ve Dış Tic.Müsteşarlığı (İ) Kalkınma Bankası (S)	1,11,18,21,2526, 29,81,82,83, 84,86,87	2007	6 yıl
85	Ulusal ve uluslararası tanıtım	Termal kaynakların ulusal düzeyde ve uluslararası tanıtımı için seminer, bilgilendirme programı uygulanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) TUROFED (S) TYD (İ) TURSAB (İ) Hizmet Birlikleri (İ) Üniversiteler İlgili Bölümleri (İ) Özel Sektör (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,11,18,21,2526, 29,81,82,83, 84,85,87	2007	6 yıl
86	Termal kaynakların şehir ısıtması,seracılık faaliyetlerinde kullanımı	Yerel yönetimlerce yürütülecek uygulamalarda fizibilite çalışmaları yapılmak suretiyle termal kaynakların entegre ısıtma sistemlerinde kullanımı sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı(S) Sağlık Bakanlığı (S) Tarım ve Köyşleri Bakanlığı (S) MTA(S) Yerel Yönetimler (S)	1,11,18,21,2526, 29,81,82,83, 84,85,86	2007	6 yıl



## Kış Turizmi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
87	Kış Turizmi Master Planı hazırlanması	Kış turizminin geliştirilmesi amacıyla turizm değeri bulunan bölgelere yönelik bütüncül düzeyde yapılması gerekenleri belirlemek için kış turizmi master planı hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S)	1,11,18,21, 25,26,29, 89,90,91	2007	6 yıl
88	Altyapı geliştirilmesi	Öncelikli alanlarda altyapı eksiklikleri giderilecek ve tüm kayak merkezi için gerekli su, elektrik, ısıtma, kanalizasyon, çöp toplama gibi altyapı gereksinimleri iyi etüt edilerek planlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (İ)	1,11,18,21, 25,26,29, 88,90,91	2007	6 yıl
89	Kış turizminde iç turizm pazarının büyütülmesi	Kış turizminin geliştirilmesi için iç turizm pazarına yönelik çeşitli teşvikler ve programlar hazırlanacaktır. Bu programlar özellikle öğrencilerin daha fazla kayağa özendirilmesini sağlayacaktır. Bu çerçevede, üniversitelerin kış oyunlarına ev sahipliği yapması, klüpler kurması ve kayak federasyonunun sponsorlarla birlikte gençlere yönelik daha fazla tatil imkanı sunması sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (S) Türkiye Kayak Federasyonu (S)	1,11,18,21, 25,26,29, 88,89,91	2007	6 yıl
90	Kış sporları yarışmaları	Kış sporlarına yönelik ulusal ve uluslararası yarışmaların düzenlenmesi sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (İ)	1,11,18,21, 25,26,29, 88,89,90	2007	6 yıl



**Golf Turizmi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
91	Golf Alanlarının Tespiti	Golf sahalarının uluslararası piyasalarda tercih edilebilmesi için golf sahası seçimlerinde en az 4-5 golf sahasının bir arada bulunacağı alanlar geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Türkiye Golf Federasyonu (İ)	1,11,18,21,25 26,29	2007	2 yıl

**Deniz Turizmi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
92	Termal tesislerde mimari niteliklerin yükseltilmesi	Termal tesislerde geleneksel tarihsel, kültürel ve yerel mimari özelliklerinin kullanımı özendirilecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (S) Milli Savunma Bakanlığı(İ) İçişleri Bakanlığı (S) DLHİ Genel Müdürlüğü(S) Gümrük Muhafaza (İ) Pasaport Polisi (İ) Hudut ve Sahiller Sağlık Gn. Md.(İ) Liman Başkanlığı (İ)	1,11,37,38,39,94, 95,96,97,98,99	2008	1 yıl
93	Yat turizminde mali düzenlemeler	Denizde hareket kabiliyetleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulması, motorlu yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınması yönünde düzenlemelere gidilecektir.	Denizcilik Müsteşarlığı (S) Maliye Bakanlığı(İ) Hazine ve Dış Tic.Müsteşarlığı (İ) Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Liman Başkanlıkları (İ)	1,11,37,38,39,93, 95,96,97,98,99	2008	3 yıl
94	Deniz Turizmi Yönetmeliği	Yat Turizmi Yönetmeliği Deniz Turizmi Yönetmeliği olarak adlandırılarak, sektörün tüm bileşenlerini (krvaziyer gemiler, su sporları, günübirlik yatlar ve dalış turizmi, v.b.) kapsayacak ve günün ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Ulaştırma Bakanlığı (İ) Denizcilik Müsteşarlığı (İ)	1,11,37,38,39,93, 94,96,97,98,99	2007	1 yıl
95	Liman atık sistemleri	Yatların pis suları, sintine suları ve katı atıklarının verileceği kabul tesisleri ve yüzer toplama sistemlerinin limanlarda yapılmasına yönelik altyapılar geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Çevre ve Orman Bakanlığı (S) Denizcilik Müsteşarlığı (İ) Ulaştırma Bakanlığı(İ) Yerel Yönetimler (S)	1,11,37,38,39,93, 94,97,98,99	2007	1 yıl



No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
96	Kıyılardaki koruma statülerinin yeniden değerlendirilmesi	Kıyılarda yatçılık amaçlı kullanımları kısıtlayan koruma statüleri yeniden gözden geçirilecek ve bu alanlarda gününbirlik kullanımlara ihtiyaç verecek planlamalar yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (İ) Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (İ)	1,11,37,38,39,93, 94,95,96,98,99	2007	2 yıl
97	Yat turizmi eğitimi	Turizm personelinin yat turizmi ve deniz turizminde görev almak üzere eğitilmesine ilişkin müfredat düzenlemeleri ve seminer, eğitim faaliyetleri yapılacaktır.	Milli Eğitim Bakanlığı(İ) YÖK (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Deniz Ticaret Odası (İ) DenizTurizmi Birliği (İ)	1,11,37,38,39,93 94,95,96,97,99	2007	3 yıl
98	Yat limanlarına yönelik standartların belirlenmesi ve planlaması	Yat turizminin geliştirilebilmesi amacıyla öncelikle mevcut potansiyelin değerlendirilmesi sağlanarak, mevcut balıkçı barınaklarının alt ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesine yönelik planlama ve yatırımlar yapılacaktır. Yat limanı olarak seçilecek alanlara ilişkin teknik kriterler belirlenecektir.	Ulaştırma Bakanlığı (İ) DLH (İ) Denizcilik Müsteşarlığı (S) Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,11,37,38,39,93,9 4,9596,97,98	2007	2 yıl
<b>Eko-Turizm ve Yayla Turizmi</b>						
99	El Sanatları Eğitimi	Yerel halk, turistik ürün, hediyelik eşya yapımı, servis, kalite ve işletmelerin yönetimi konusunda eğitilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Yerel Yönetimler (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	19,101,102,103 104,105	2007	6 yıl
100	Müze evler	Yörenin etnografik ve ekolojik özelliklerinin sergilendiği müze evlerin açılmasına çeşitli teşvikler verilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Özel Sektör (İ) Yerel Yönetimler (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	19,100,102,103 104,105	2008	5 yıl
101	Kültür Köyleri	Anadolu köy kültürünü korumak, geliştirmek ve değerlendirmek amacıyla otantik özelliği olan köyler, Kültür Köyleri Projesi kapsamında ele alınacaktır. Planlamalar kültür turizmi kapsamında ele alınacaktır. Yörede pansiyonculuğun geliştirilmesi için maddi ve teknik destekler sağlanacaktır. Bu çerçevede, fiziksel planlama çalışmalarına altlık oluşturacak kadastro tamamlanarak, yönetim planları ve fiziki gelişim planları hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S), Tapu Kadastro Gn. Müd.(S) Yerel Yönetimler (S) Maliye Bakanlığı, Milli Emlak Genel Müdürlüğü (İ)	19,100,101,103 104,105	2008	5 yıl





No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
102	Tanıtım ve yönlendirme	Alana girişte kabul noktaları oluşturulacak ve buralarda ziyaretçilere farklı güzergahları ve yöresel özellikleri gösteren mola noktaları ve tur güzergahlarını gösteren haritalar sunulacaktır. Doğa turizmi için kullanılacak alanlarda, çeşme, wc, barınak, mesafe ve yön levhalarının tamamlanması, trekking rotalarının Küresel Yer Belirleme Sistemi (GPS) ile uydulara tanıtılması sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (İ) Yerel Yönetimler (S)	19,100,101,102 104,105	2007	6 yıl
103	Bilim ve Doğa Müzeleri	Yörenin özelliklerinin araştırılmasına imkan verecek ve bunun bilimsel anlamda gösterimini sağlayacak araştırma istasyonları ve doğa- bilim müzeleri kurulacaktır. Müzelerin kurulmasına yönelik teknik destek sağlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Çevre ve Orman Bakanlığı (İ) TÜBİTAK (İ)	19,100,101,102 103,105	2008	5 yıl
104	Toplum eğitimi	Yöre halkına pansiyonculuk ve doğa turizmine yönelik eğitim verilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı(S) Özel Sektör (İ) Yerel Yönetimler (S) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	19,100,101,102 103,104	2008	5 yıl

**Kongre ve Fuar Turizmi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
105	Örgütlenme	Öncelikli olarak İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Konya ve Mersin illerinde kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır. Bu illerde pazarlama tanıtım ve organizasyon işlerini yürütmek üzere kongre turizmi şirketleri kurulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) İl Turizm Konseyleri (İ)	1,11,26,107,108, 109	2007	1 yıl
106	Fuar turizmi merkezleri	Havaalanlarına yakın mesafede nitelikli fuar merkezleri yapılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) İl Turizm Konseyleri (İ)	1,11,26,106,108, 109	2007	6 yıl
107	Fuar kentlerinde konaklama kapasitesi	Fuar şehirlerinde yeterli konaklama kapasitesi oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) İl Turizm Konseyleri (İ)	1,11,26,106,107, 109	2007	4 yıl
108	Fuar organizatörü ve personeli eğitimi	Fuar organizatörü ve personeli yetiştirmek için ön lisans programlarının açılmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.	YÖK (S), Kültür ve Turizm Bakanlığı (İ) Yerel Yönetimler (S)	1,11,26,106,107, 108	2007	6 yıl

**2. EYLEM PLANI****12. MEVCUT TURİZM ALANLARININ REHABİLİTASYONU****Altyapı Birlikleri**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
109	Altyapı birlikleri	Mevcut turizm alanlarının altyapısının iyileştirilebilmesi için koordinasyon ve finansman organizasyonunu sağlayacak turizm hizmet ve altyapı birlikleri oluşturulacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) İl Turizm Konseyleri (İ)	1,11,26	2007	6 yıl
110	Konaklama birimlerinde çeşitliliğin sağlanması	Mevcut turizm alanlarında turizm sezonunun uzatılması ve turizmin çeşitlendirilmesi için spor merkezleri, kongre merkezleri, sağlık ve termal turizmi destekleyici merkezler, ekopark v.b. gibi tesisler planlanacak ve işletmeye açılacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (S) Özel Sektör (İ) İl Turizm Konseyleri (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	49,51,57,58,59, 60,61,63,64,65, 66	2007	6 yıl





## 2. EYLEM PLANI

## 13. TURİZM GELİŞİM BÖLGELERİ

## Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
111	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,112	2007	3 yıl
112	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,111	2007	3 yıl

## Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
113	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28, 29,114,115	2007	3 yıl
114	Saros Körfezi Turizm Kenti İlanı	Uluslararası ölçekte yatırımları çekebilecek içinde birden fazla turizm çeşidi ve ürünleri bulunacak Turizm Kenti ilanı gerçekleştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28, 29,113,115	2007	3 yıl
115	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28, 29,113,114	2007	3 yıl

**Aphrodisya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
116	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,117	2007	3 yıl
117	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,116	2007	3 yıl

**Söğüt Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
118	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,119	2009	4 yıl
119	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,118	2009	4 yıl

**Kapadokya Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
120	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,121	2007	3 yıl
121	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,120	2007	3 yıl





**Göller Bölgesi Eko-Turizm Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
122	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,123	2009	4 yıl
123	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,122	2009	4 yıl

**Hitit Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
124	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,125	2009	4 yıl
125	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,124	2009	4 yıl

**Urartu Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
126	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,127	2009	4 yıl
127	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,126	2009	4 yıl

**GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
128	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,129	2009	4 yıl
129	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,128	2009	4 yıl

## 2. EYLEM PLANI

## 14. TURİZM GELİŞİM KORİDORLARI

## Zeytin Koridoru

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
130	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29, 131,132	2007	3 yıl
131	Kapıdağ Yarımadası, Avşa Adası ve Marmara Adaları TK İlanı	Uluslararası ölçekte yatırımları çekebilecek içinde birden fazla turizm çeşidi ve ürünleri bulunan Turizm Kenti ilanı gerçekleştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29, 130,132	2007	3 yıl
132	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29, 130,131	2007	3 yıl

## Kış Koridoru

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
133	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,134	2007	3 yıl
134	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,133	2007	3 yıl

## İnanç Turizmi Koridoru

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
135	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,136	2009	4 yıl
136	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,135	2009	4 yıl



**İpek Yolu Turizm Koridoru**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
137	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,138	2009	4 yıl
138	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,137	2009	4 yıl

**Batı Karadeniz Koridoru**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
139	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,140	2009	4 yıl
140	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,139	2009	4 yıl

**Yayla Koridoru**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
141	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,142	2009	4 yıl
142	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,141	2009	4 yıl

**Trakya Kültür Koridoru**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
143	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,144	2009	4 yıl
144	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,143	2009	4 yıl

**2. EYLEM PLANI****15. EKO-TURİZM BÖLGELERİ****Batı ve Orta Karadeniz Eko-Turizm Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
145	Araştırma ve Sınır Tespit Çalışmaları ve İlanı	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,146	2007	3 yıl
146	Batı ve Orta Karadeniz Eko-turizm Yönetim Planı Hazırlanması ve Fiziksel Plan Hazırlığı	Planlama çalışmalarına yol gösteren koruma-kullanma dengelerini gözeterek alanın sürdürülebilir kullanımını sağlayan yönetim planları hazırlanacaktır. Yönetim Planları kararlarına uygun olarak ekoturizmin gelişmesine yönelik fiziki gelişim planları hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ) Kamu Kurumları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,145	2007	3 yıl

**Antalya Eko-Turizm Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
147	Araştırma ve Sınır Tespit Çalışmaları ve İlanı	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,148	2009	2 yıl
148	Eko-turizm Yönetim Planı Hazırlanması ve Fiziksel Plan Hazırlığı	Planlama çalışmalarına yol gösteren koruma-kullanma dengelerini gözeterek alanın sürdürülebilir kullanımını sağlayan yönetim planları hazırlanacaktır. Yönetim Planları kararlarına uygun olarak ekoturizmin gelişmesine yönelik fiziki gelişim planları hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,147	2009	2 yıl



**Antalya Doğusu ve Mersin Eko-Turizm Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
149	Araştırma ve Sınır Tespit Çalışmaları ve İlanı	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,150	2010	3 yıl
150	Eko-turizm Yönetim Planı Hazırlanması ve Fiziksel Plan Hazırlığı	Planlama çalışmalarına yol gösteren koruma-kullanma dengelerini gözeterek alanın sürdürülebilir kullanımını sağlayan yönetim planları hazırlanacaktır. Yönetim Planları kararlarına uygun olarak ekoturizmin gelişmesine yönelik fiziki gelişim planları hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,149	2010	3 yıl

**GAP Eko-Turizm Bölgesi**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
151	Araştırma ve Sınır Tespit Çalışmaları ve İlanı	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,152	2010	3 yıl
152	Eko-turizm Yönetim Planı Hazırlanması ve Fiziksel Plan Hazırlığı	Planlama çalışmalarına yol gösteren koruma-kullanma dengelerini gözeterek alanın sürdürülebilir kullanımını sağlayan yönetim planları hazırlanacaktır. Yönetim Planları kararlarına uygun olarak ekoturizmin gelişmesine yönelik fiziki gelişim planları hazırlanacaktır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,151	2010	3 yıl

**2. EYLEM PLANI****16. TURİZM KENTLERİ****Kaş Finike Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
153	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,154	2007	3 yıl
154	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,153	2007	3 yıl

**Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
155	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,156	2007	3 yıl
156	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,155	2007	3 yıl

**Saros Körfezi Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
157	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,158	2007	3 yıl
156	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,157	2007	3 yıl



**Kapıdağı Yarımadası, Avşa ve Marmara Adaları Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
159	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,159	2007	3 yıl
160	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,160	2007	3 yıl

**Kilyos Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
161	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,162	2009	4 yıl
162	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,161	2009	4 yıl

**Samandağ Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
163	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,164	2009	4 yıl
164	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,163	2009	4 yıl

**İğneada Kıyıköy Eko-Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
165	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,166	2009	4 yıl
166	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,165	2009	4 yıl

**Datça Eko-Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
167	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,168	2009	4 yıl
168	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,167	2009	4 yıl

**Maçka Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
169	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,170	2009	4 yıl
170	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,169	2009	4 yıl

**Kahta Turizm Kenti**

No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
171	Araştırma ve İlan	Turizmde ihtisaslaşan yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yarışan marka turizm bölgelerinin tespiti yapılacak ve bu alanlar Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S) Yerel Yönetimler (İ) Sektör Kuruluşları (İ) Sivil Toplum Kuruluşları (İ)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,172	2009	4 yıl
172	Planlama ve Geliştirme	İlan edilen alanlarda planlı bir gelişim gerçekleştirilmesi için fiziki planlar tamamlanacak ve bu planlarda alternatif turizm türlerinin nitelikli bir biçimde geliştirilmesi hedeflenecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı (S)	1,2,3,4,6, 11,26,28,29,171	2009	4 yıl



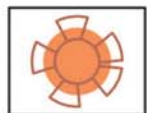




# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 KAVRAMSAL EYLEM PLANI



## GELİŞİM ODAKLARI / ALANLARI



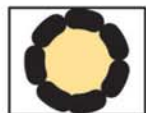
Mevcut Turizm Kenti



Kış Turizmi Gelişim Odağı



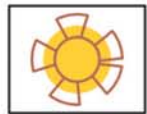
Şehir Turizmi Odaklı Yerleşimler



Tematik Gelişim Bölgeleri  
(Renklere göre farklılık gösterir.)



Yayla Turizmi Gelişim Bölgesi



Öneri Turizm Kentleri



Yat Limanı İle Gelişecek Yerleşimler



Kültür ve İnanç Turizmi Odaklı Yerleşimler



Eko Turizm Odaklı Gelişim Bölgeleri

## BAĞLA



İpek Yolu



Doğu Akdeniz ve İnanç ve



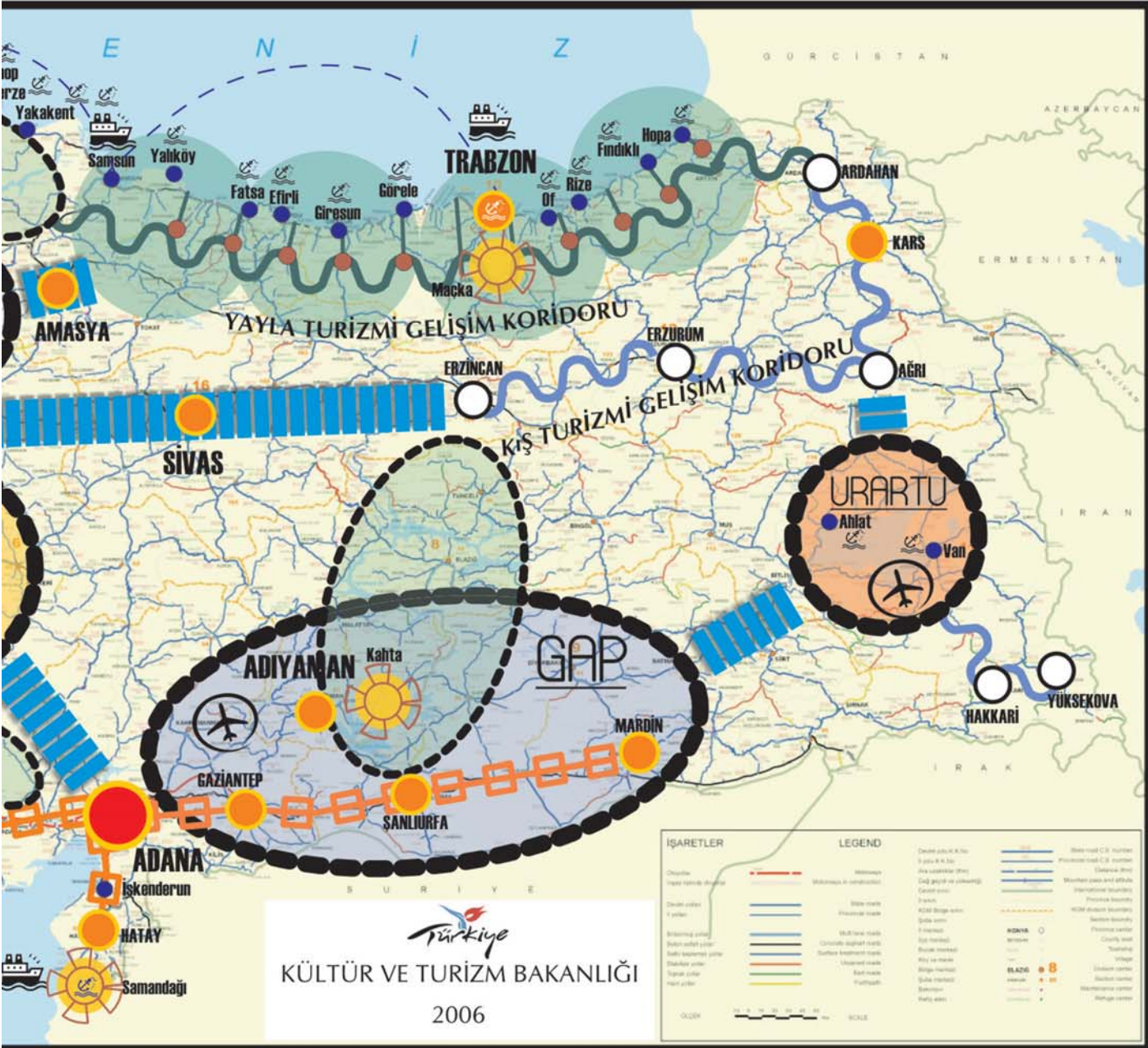
Kış Turizmi Aksı



D







### BAĞLANTI TİPLERİ / GELİŞİM AKSLARI



### DİĞER GÖSTERİMLER

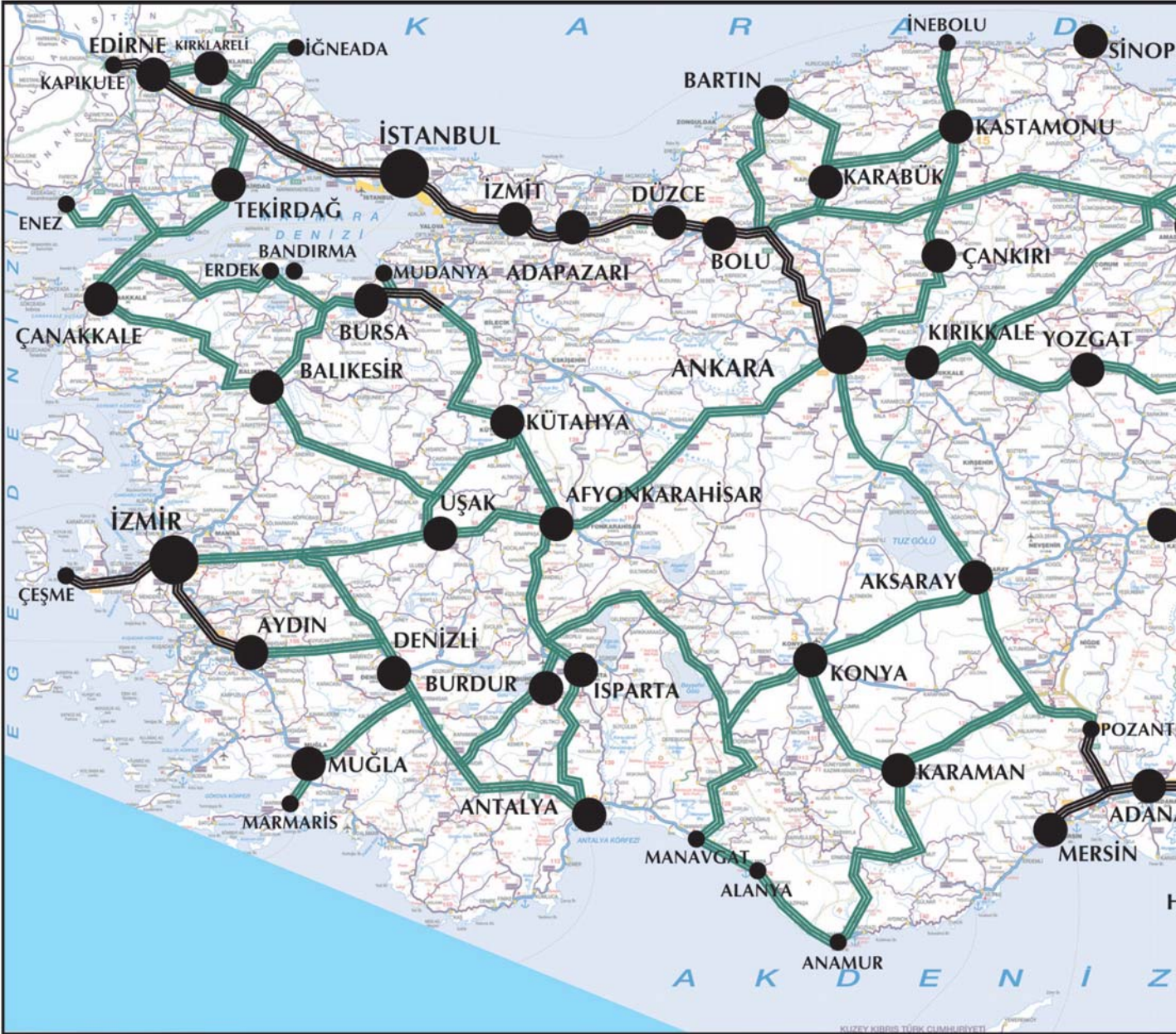




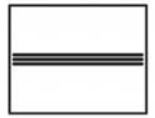


## TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 KARAYOLU ÖNERİLERİ

84



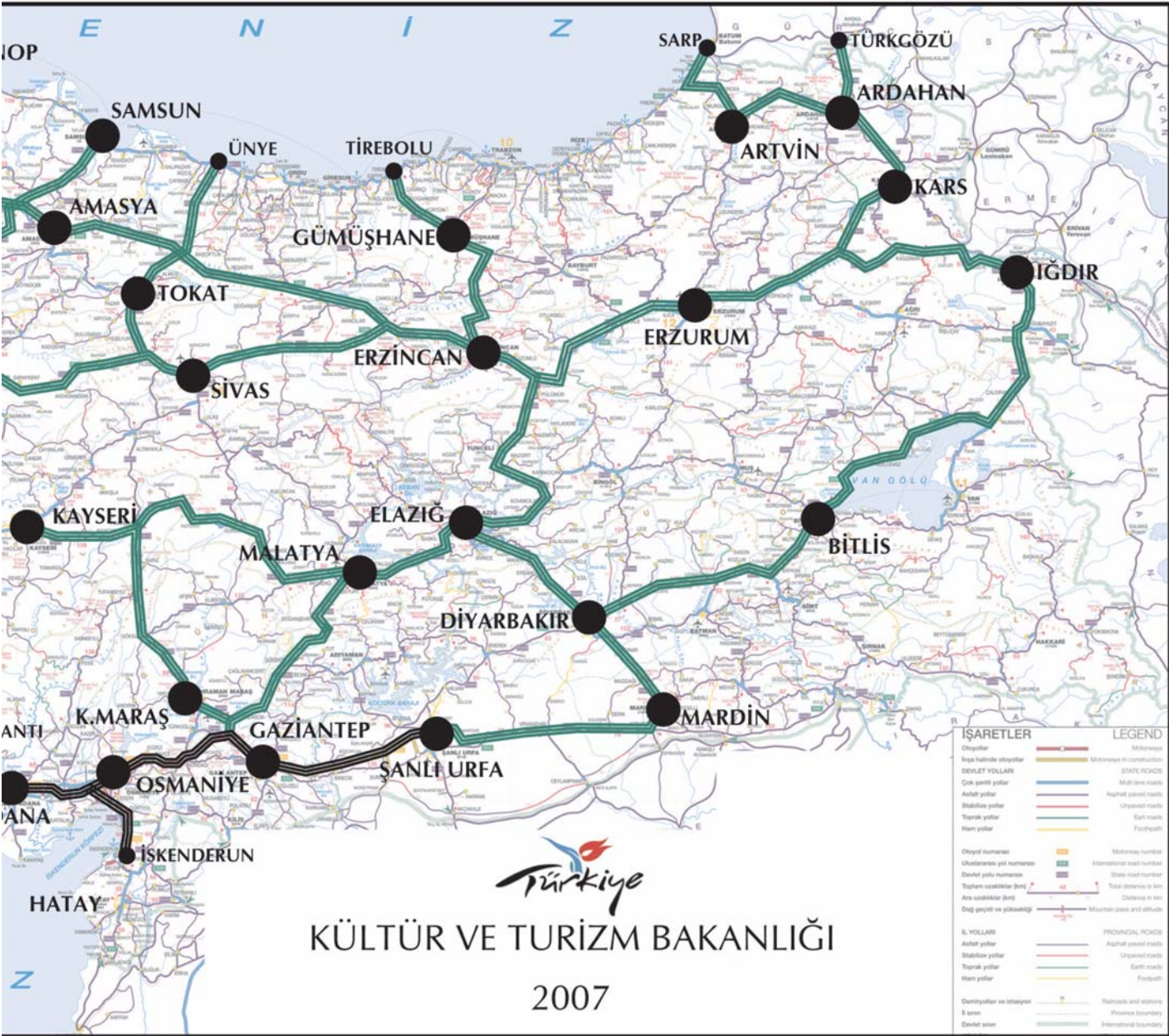
KARAYOLU



Mevcut otoyollar







YAYOLLARI



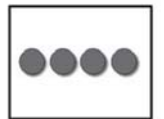
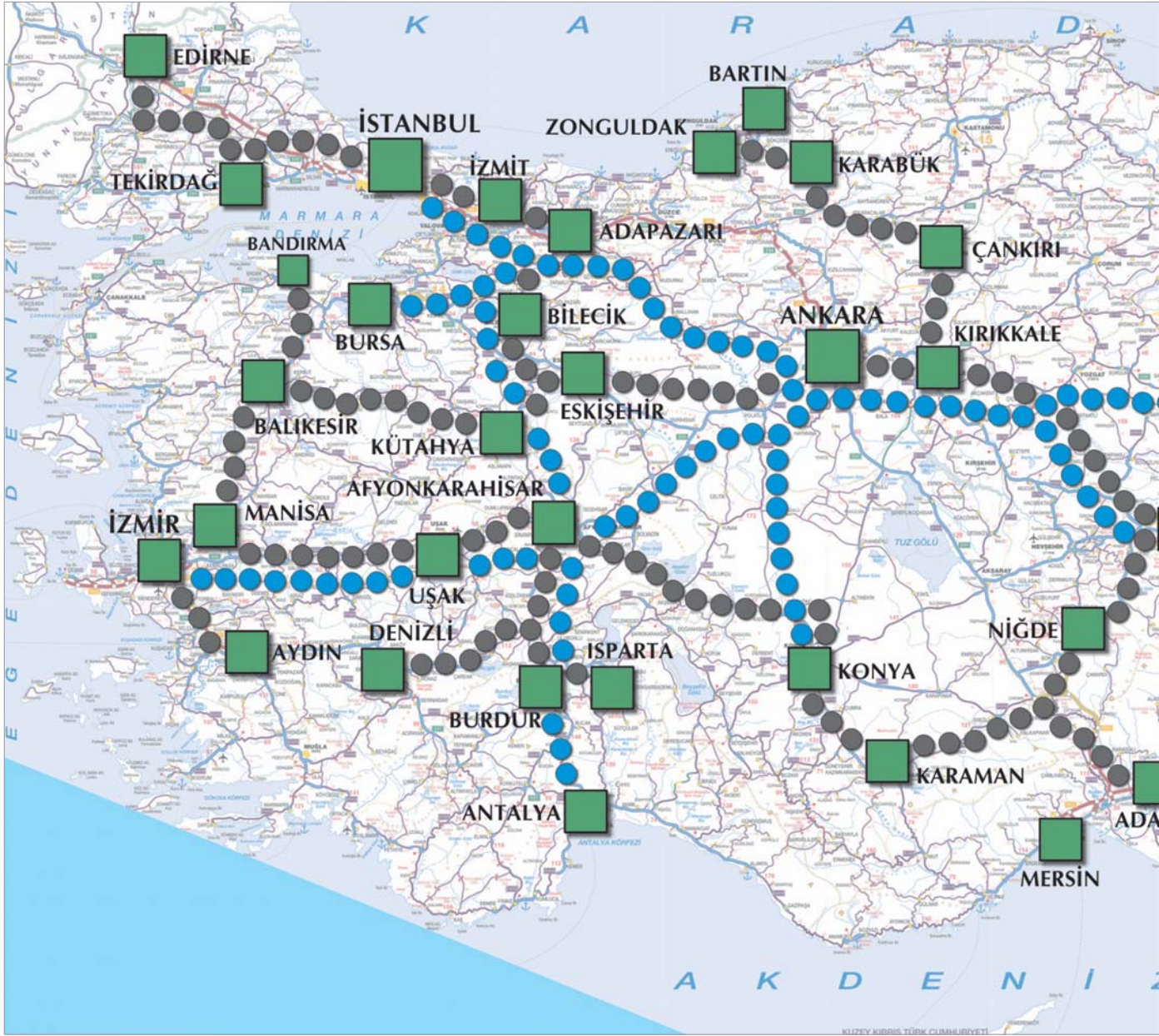
Öneri bölünmüş yollar







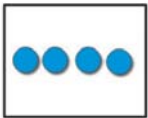
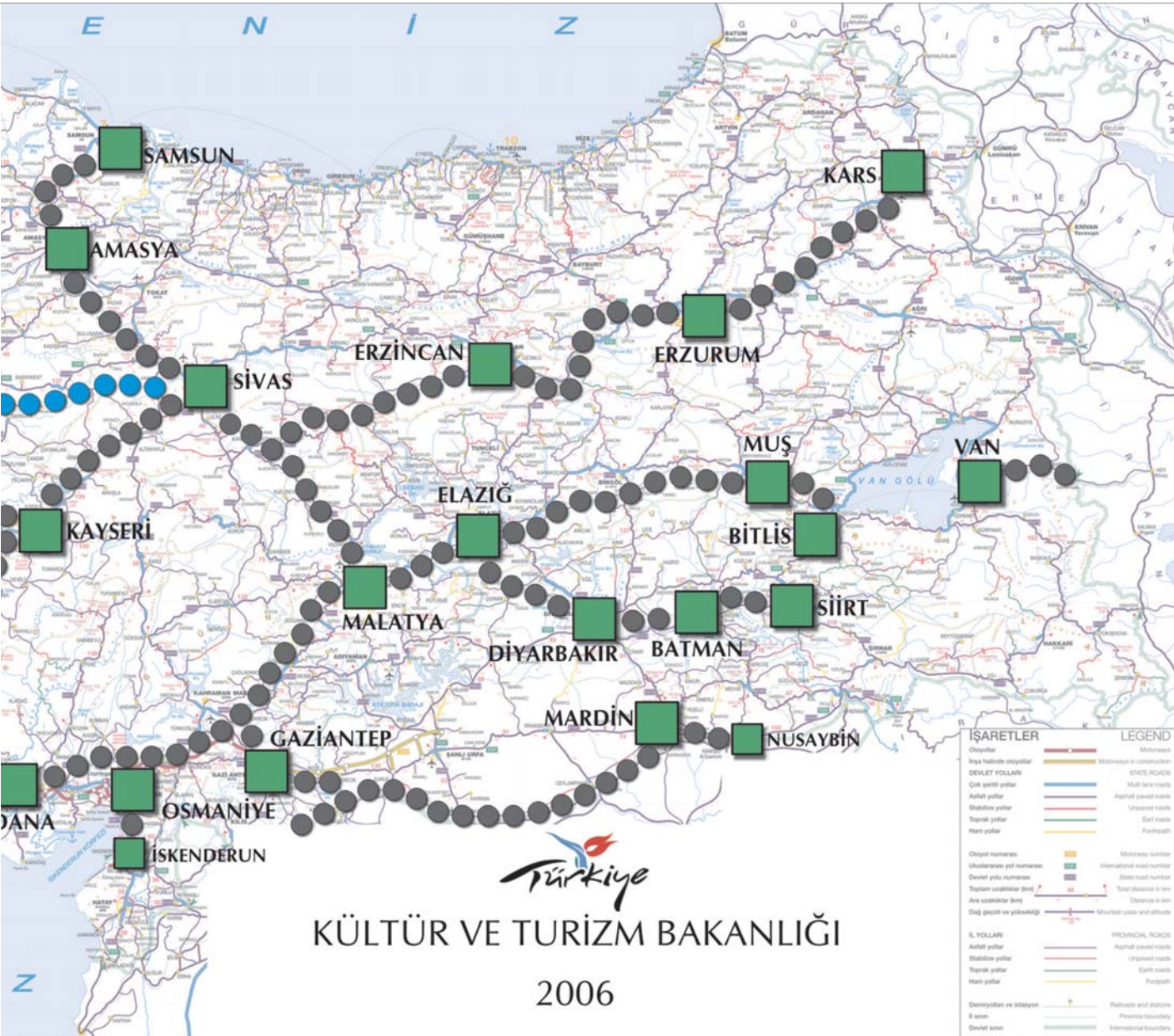
## TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 HIZLI TREN ÖNERİLERİ



Mevcut demiryolları







Öneri hızlı tren hatları







# TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ -2023 TURİZM KENTLERİ, HAVA VE DENİZ



## HAVA ULAŞIMI



Dış hat kullanımına açılacak mevcut havaalanları



Öneri havaalanları



Kurvaziyer Limanı



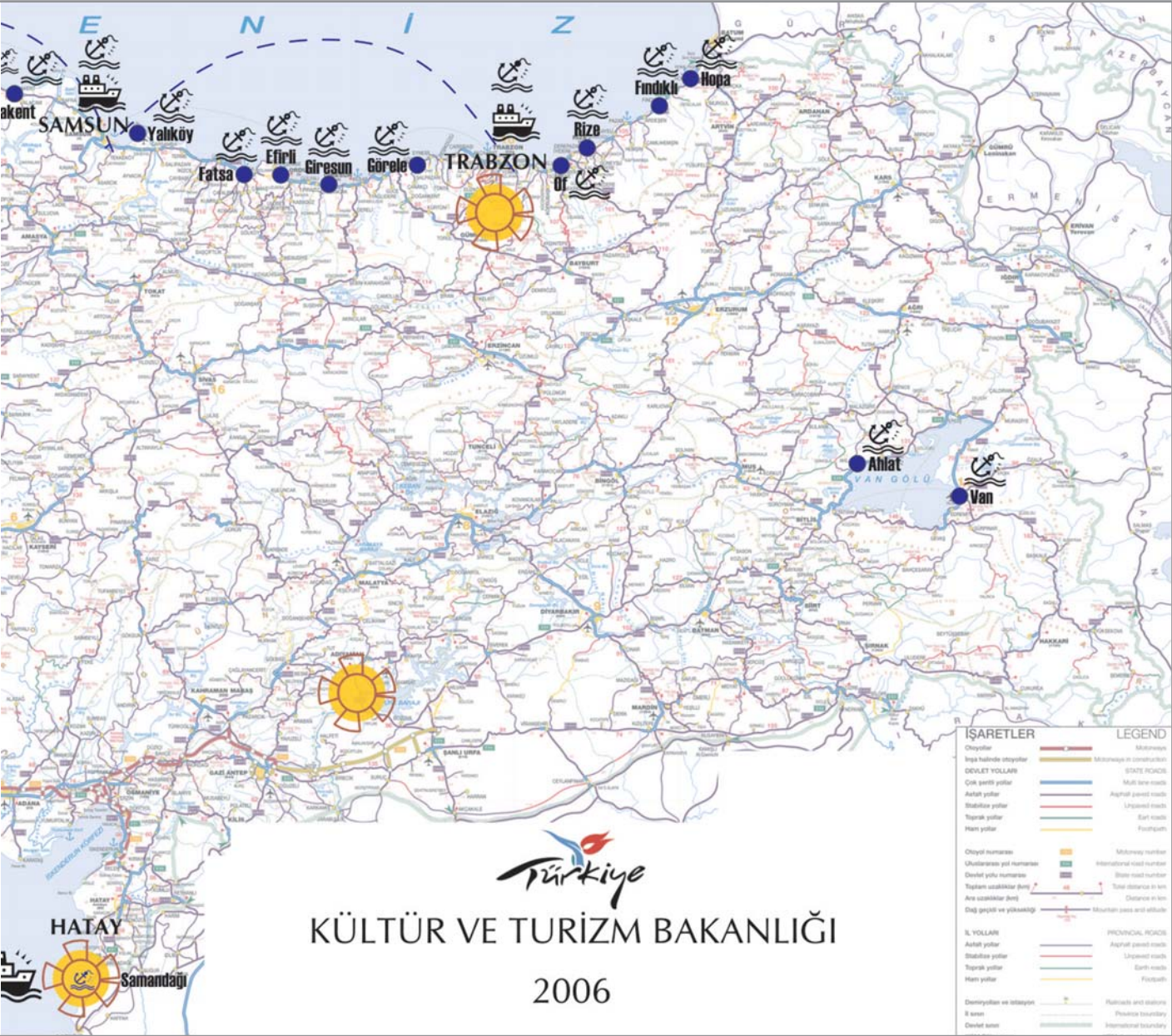
Yat Limanı







# ENİZYOLLARI ÖNERİLERİ



**Türkiye**  
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI  
2006

## İNİZ ULAŞIMI



Mega Yat Limanı

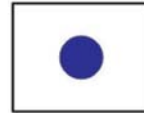


Yat Kabul Edebilecek Şekilde  
Rehabilite Edilecek Balıkçı  
Barınakları

## GELİŞİM ODAKLARI



Öneri Turizm Kentleri



Yat Limanı İle Gelişecek  
Yerleşimler







**Bu eser 2023 adet basılmıştır.**

**1. Basım**





**T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI**  
**YATIRIM VE İŞLETMELER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ**

[www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr)





# TOURISM STRATEGY of TURKEY - 2023



# TOURISM STRATEGY of TURKEY - 2023

MINISTRY OF CULTURE & TOURISM  
ANKARA, 2007



“Tourism Strategy of Turkey - 2023 and Activity Plan for Tourism Strategy of Turkey 2007-2013” dated 28/02/2007 and numbered 2007/4, has been approved by the High (supreme) Planning Commission, and has been put in to force after its publication in 'Official Journal' dated 02/03/2007 and numbered 26450.

For its use in publications and references with proper citation of the source of information, permission of the T.R. Ministry of Culture and Tourism is not required. This publication is available at the full text of the publication is available at [www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr) in full content upon request and can be acquired from the Ministry of Culture and Tourism,

T.R. Ministry of Culture and Tourism  
The General Directorate of Investment and Establishments  
Ismet Inonu Boulevard No: 5 06100 Emek - Ankara  
Tel: +90.312. 212 83 00 Fax: +90.312. 212 83 97

[www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr)

Publication Number: T.R. Ministry of Culture and Tourism Publications -3090  
ISBN 978-975-17-3281-1





# TOURISM STRATEGY of TURKEY - 2023



*Towards a happier Turkey at the 100<sup>th</sup> anniversary  
of the foundation of our republic...*

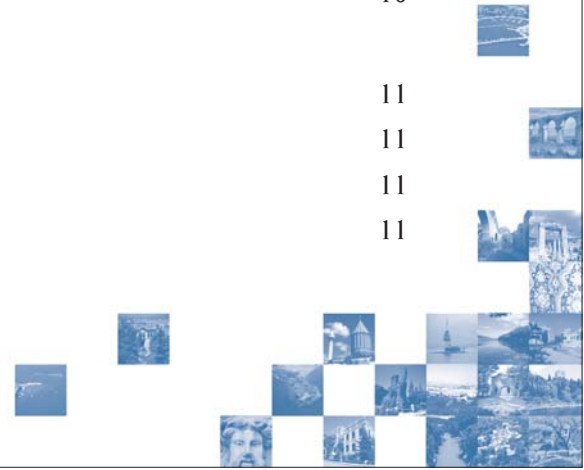






## INDEX

<b>INDEX</b>	I
<b>ABBREVIATIONS</b>	IV
<b>1. INTRODUCTION - Executive Summary</b>	1
<b>2. TURKISH TOURISM TOWARD NEW HORIZONS</b>	
2.1. Vision	4
2.2. Actions to Realise the Vision	5
<b>3. STRATEGIES FOR STRENGTHENING THE TOURISM INDUSTRY</b>	
3.1 Planning	6
• Strategy	6
• Objectives for the year 2023	7
• Towards the objectives	8
3.2 Investment	9
• Strategy	9
• Objectives for the year 2023	9
• Towards the objectives	10
3.3 Organization	11
• Strategy	11
• Objectives for the year 2023	11
• Towards the objectives	11



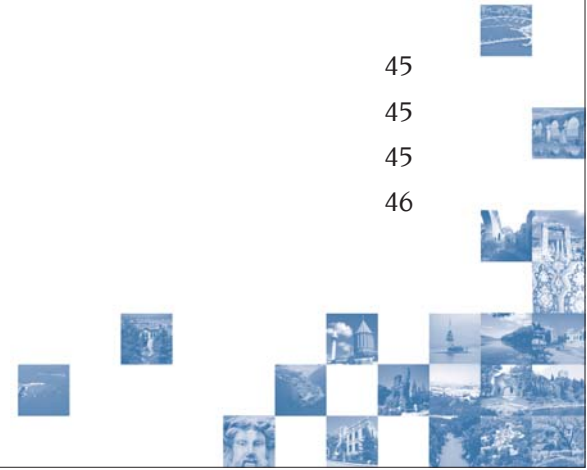


3.4	Domestic Travel	15
	• Strategy	15
	• Objectives for the year 2023	15
	• Towards the objectives	16
3.5	Research and Development	17
	• Strategy	17
	• Objectives for the year 2023	18
	• Towards the objectives	18
3.6	Transportation and Infrastructure Strategy	19
	• Strategy	19
	• Objectives for the year 2023	20
	• Towards the objectives	21
3.7	Marketing and Promotion Strategy	23
	• Strategy	23
	• Objectives for the year 2023	24
	• Towards the objectives	26
3.8	Education Strategy	27
	• Strategy	27
	• Objectives for the year 2023	28
	• Towards the objectives	28





3.9	Strategy of Service Quality	30
	• Strategy	30
	• Objectives for the year 2023	32
	• Towards the objectives	33
3.10	Strategy of City Branding	34
	• Strategy	34
	• Objectives for the year 2023	35
	• Towards the objectives	35
3.11	Strategy of Tourism Diversification	36
	• Strategy	36
	• Objectives for the year 2023	36
	• Towards the objectives	39
3.12	Regions to Host Rehabilitation Efforts for Tourism Areas	44
	• Strategy	44
	• Objectives for the year 2023	44
	• Towards the objectives	45
3.13	Tourism Development Zones	45
	• Strategy	45
	• Objectives for the year 2023	45
	• Towards the objectives	46





3.14	Tourism Development Corridors	51
	• Strategy	51
	• Objectives for the year 2023	51
	• Towards the objectives	51
3.15	Tourism Cities	55
	• Strategy	55
	• Objectives for the year 2023	55
	• Towards the objectives	55
3.16	Ecotourism Zones	56
	• Strategy	56
	• Objectives for the year 2023	56
	• Towards the objectives	57
<b>4. IMPLEMENTATION OF TURKEY TOURISM STRATEGY</b>		
4.1	Corporate Structuring and Governance	58
4.2	Action Planning	60
4.3	Monitoring and Evaluation	61
<b>CONCEPTUAL ACTION PLAN</b>		62





## 1. INTRODUCTION (EXECUTIVE SUMMARY)

Tourism Strategy of Turkey - 2023 is an effort that aims at providing extensions to management and implementation of strategic planning efforts and boosting the cooperation between public and private sectors of tourism with reference to the principle of "governance". Tourism Strategy of Turkey - 2023 and Action Plan prepared with a participative planning perspective have the primary objective of guiding the tourism and travel industry at production management and implementation phases, by putting forth a roadmap for the sector. This approach which formed the basis for efforts within the scope of Tourism Strategy of Turkey - 2023 allows for improving itself not on an individual landplot but regional basis within a guiding rather than imperative and dynamic rather than static framework.

The Tourism Strategy of Turkey - 2023 study is in line with the objectives of the 9th Development Scheme (covering the period between 2007 and 2013). The Scheme has this statement that says, "A Tourism Industry Master Plan shall be drafted down to ensure sustainable and healthy development of the tourism sector". The efforts covered herein are pursued to achieve this objective.

Our country has several unique opportunities for different types of tourism compiled under the category of alternative tourism, which include, in addition to coastal tourism, health and thermal

tourism, winter sports, mountain climbing and layout tourism, adventure trips, plateau tourism and ecotourism, conference and expo tourism, cruise ship and yacht tourism, golf tourism and etc. However, it is yet hard to say that this potential is used in a rational manner. Therefore, the Tourism Strategy of Turkey - 2023 and the Action Plan for 2013 collectively target wiser use of natural, cultural, historical and geographical assets that this Country has, with a balanced perspective addressing both conservation and utilization needs spontaneously and in an equitable sense and hence leveraging the share of our country from tourism business, by evolving these possible alternatives.

Handling the aforesaid sources of tourism so as to form tourism corridors, cities and ecotourism areas alongside the development axes rather than planning them on a plot scale is considered a more appropriate approach to promote these assets and determining the criteria applicable to their utilization. By doing so, the attractiveness of regions with tourism potential shall further be enhanced with alternative types of tourism.

With this study, those investors planning to accomplish tourism related projects along the tourism development axes the evolvement of which is anticipated at the onset, should find the opportunity to actualize their investments in these areas, by using of coastal tourism or other alternative tourism types. In the mean time, they will be entitled to a number of government incentives granted in





terms of planning, land allocation and with respect to tourism projects.

Forthwith the realization of the objectives envisaged by the Tourism Strategy of Turkey - 2023, more appealing and stronger alternative destinations and routes shall be established, thanks to integrated rather than individual assessment of various sites and settlements that pose significance for health, thermal and plateau tourism, winter and mountain sports and for their cultural heritage, distributed throughout our country. Establishment of a sound tourism route and regional destination will help achievement of setting relatively weaker settlements within such regions on a self strengthening course, along with their own cultural assets, handicrafts, catering and temporary accommodation facilities.

The tourism and travel industry shall be organized from a single and common viewpoint on a per destination basis, throughout the promotion and marketing phases, by which way, it shall be possible to assess and then balance various regional investment, promotional and marketing opportunities, as a whole.

Developments towards mass tourism activities and particularist approaches to tourism planning in Turkey have led to:

- Mass concentration at the Mediterranean and Aegean Coastal areas,
- Distorted urban development / house-building in

back-shore and adjacent areas,

- Deficient Infrastructure and environmental problems.

In an effort to convert this adverse structure into a positive, favourable one, an integrated policy and strategy and application based approaches are being set within the scope of Tourism Strategy of Turkey - 2023.

The study embodies planning and development efforts built on a 'land development pattern' perspective that encourages private sector investments on a regional scale in areas with high tourism potential at coastal banks, to eventually end up in "Tourism Cities". This way, it shall be possible to plan not only the coastal lines but also the backshore areas and even settlements neighbouring them as a single and comprehensive whole and thus to improve tourism diversity and optimize and transform existing settlements. These policies are of vast significance for tourism and travel industry to maintain a sustainable course of development.

The study for the Tourism Strategy of Turkey - 2023 proposes a variety of long term strategies in the realms of planning, investment, organization, domestic tourism, research and development (R&D), Services, Strengthening Transportation and Infrastructure, Promotion and Marketing, Education, Branding at City Level, Diversification of Tourism Products, Rehabilitation of Existing Tourism Areas and Improvement of Destinations.





In the planning section, the study highlights the fact that tourism industry needs to be backed by a strategy-planning concept, which has the qualities for flexibility, transparency, accountability, participation throughout the management and implementation phases and for sustainable growth. The section dealing with investments generally addresses such concerns as certification of investment and consulting companies in the tourism industry, having prospered in fulfilling a certain set of standards on quality of services or the need for annual incentive systems specific for the region and the type of tourism activity, after suggesting that VAT discounts will accelerate investments in this industrial discipline.

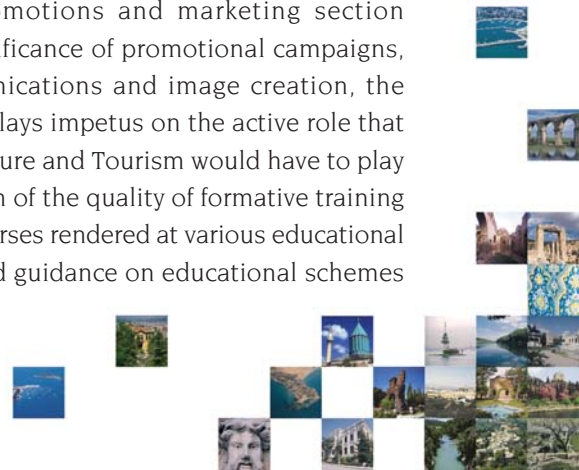
The organization part anticipates the establishment of councils at national, regional, city and destination levels, to provide and activate a good governance practice for the industry. At this context, it stresses the significance of drafting a set of legal and organizational arrangements which would allow for the development and deployment of such service functions as National Tourism certification, Domestic Tourism Search and Guidance and Tourism Education Guidance services, as an integral part and within the organizational structure of the Ministry of Culture and Tourism. As for the Domestic Tourism Strategy, this section focuses primarily on compilation of statistical data and on promotional campaigns for domestic travel, in a general perspective. The section dealing with R&D efforts presents a

number of propositions on establishments to assume full responsibility for research and development efforts in the field of tourism at national level during the forthcoming years, with a suggestive notion of their probable duties.

In the Quality of Services section, highlight is brought upon the urgent requirement for raising awareness among decision makers in continuous education, customer satisfaction and Total Quality Management concepts in the tourism industry and significance of standardizing and certifying professional qualifications.

The section dealing with Strengthening Transportation and Infrastructure indicates that a developing infrastructure along with diversified modes and means of transportation should be considered as a sine qua non for the development and diversification of tourism activities and discusses the significance of attempts toward various practices that would bring the private sector to the forefront while minimizing costs on the part of the public in these areas of concern.

While the promotions and marketing section highlights significance of promotional campaigns, brand communications and image creation, the education part lays impetus on the active role that Ministry of Culture and Tourism would have to play for optimization of the quality of formative training classes and courses rendered at various educational institutions and guidance on educational schemes







and syllabi at higher decision-making levels addressing both qualitative and quantitative aspects, along with improvement of the existent skills and qualities of industrial actors, through continuous education.

The part dealing with branding at city level defines efforts to be pursued for cities that have already become a brand in tourism and for cultural tourism, in our country.

The section concentrating on diversification of tourism types sorts out and performs a case-by-case analysis of the types of tourism that takes top priority on the development schemes in the future (i.e. health and thermal tourism, winter sports, golf tourism, coastal tourism, ecotourism and plateau tourism, conference and expo tourism).

There is a persistent thematic and guiding approach in the sections dealing with Tourism Development Areas, Tourism Corridors, Tourism Cities and Ecotourism Zones. This approach mainly aims at routing the public and private sector sources toward the top priority tourism development areas. In the context of these sections, nine tourism development areas, seven thematic corridors, ten tourism cities and five ecotourism zones are being proposed. Again, these sections discuss on how, where and on which criteria the alternative tourism types might be developed both at national and regional levels.

Suggestions are also being made for a wide range of alternative modes of transportation, including

motorways, fast train tracks, airports, cruise ship and yacht marinas and etc, in order to improve the quality of transportation while enhancing the means of transportation to new destinations.

Predictions propose that 63 million travellers shall be attracted, yielding a US\$ 86 m overall international tourism receipt, and about US\$ 1350 average revenue per international tourist by 2023, when the efforts foreseen under the strategic approaches of Tourism Strategy of Turkey - 2023 can be pursued and the infrastructure and accommodation needs are fulfilled prosperously within the regions to be developed.

## 2. TURKISH TOURISM TOWARD NEW HORIZONS

### 2.1. VISION

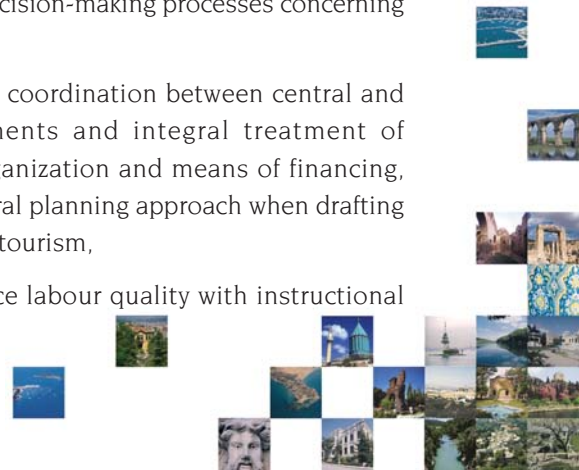
*With the adoption of sustainable tourism approach tourism and travel industry will be brought to a leading position for leveraging rates of employment and regional development and it will be ensured that Turkey becomes a world brand in tourism and a major destination in the list of the top five countries receiving the highest number of tourist and highest tourism revenues by 2023.*





## 2.2. ACTIONS TO REALISE THE VISION

- To contribute to the objective of sustainable development by eliminating the interregional differences in levels of development
- To help increase the competitiveness of the tourism sector through creation of re-gional tourism brands rather than relying upon cheaper products
- To reconsider and plan the existing tourism sites within a sustainability perspective and thus create high quality, viable environments,
- To support the social and economic objectives of central government with tourism development,
- To support tourism development with sustainable environmental policies,
- To strengthen international cooperation,
- To harmonize sectoral development policies and targets with those of national development schemes,
- To closely trace global trends and demands and build up plans and conduct practices accordingly,
- To develop tourism with in a multi-functional approach, by focusing on destinations,
- To extend the season throughout the year by diversifying tourism products,
- To promote tourism and raise awareness in public, private companies and NGOs especially on ecotourism, plateau and agricultural tourism,
- To make both domestic and international promotions and marketing efforts effective,
- To ensure integration of various types of tourism specific to region or locality, thus establish tourism cities with focus on alternative tourism (health, thermal, golf, winter sports, nature trips and etc.), capable of offering an ample variety of tourism facilities, along with such utilities as health, education and etc.,
- To create tourism products based on tourist profile,
- To use tourism as an effective tool for fostering social and economic development of backward regions and disadvantaged groups,
- To alleviate the burden on public by encouraging active involvement of private sector enterprises in tourism infrastructure and transportation projects,
- To ensure that appropriate governance mechanisms are used, in which central and local government and civil actors can collaborate and cooperate in decision-making processes concerning tourism,
- To ensure coordination between central and local governments and integral treatment of managerial organization and means of financing, within an integral planning approach when drafting down plans on tourism,
- To enhance labour quality with instructional





courses on Tourism and to enforce the effective operation of a sector specific certification system,

- Helping infrastructure related and environmental problems occurring at locations where tourism activities get denser be solved with joint efforts and contribution of local governments and private sector enterprises,
- To provide full support for extraordinary accommodation facilities brought into tourists' service, by conserving the regional architectural assets.

### 3. STRATEGIES FOR STRENGTHENING THE TOURISM INDUSTRY

#### 3.1 PLANNING

##### STRATEGY

*"To exhibit a planning approach that supports economic growth, is physically applicable and socially oriented and fairly reflects the principle of sustainable tourism."*

In order for a region to be proclaimed as a Culture and Tourism Conservation and Development Region and as a tourism center, a tourism development scenario should be worked out in the first place and then the target groups should be defined accordingly,

regions and axes that are promising from the angle of tourism activities and of investment feasibility should be determined in culturally attractive areas.

Tourism shall be used as a sound planning and implementation tool for efforts dedicated to elimination of regional inequalities, alleviation of poverty and development of employment opportunities, also during the coming years. At this end, assurance shall be provided for coherence across investments to be made by various entities.

To ensure development of tourism activities both at national and regional levels is an objective that is attainable only when top priority regions and areas are determined according to not only the sector specific plans worked out by the Ministry of Culture and Tourism but also the macro policies evolved and institutionalised in national development schemes prepared by the State Planning Organization and the required sets of infrastructure projects appertaining to these areas are included in the investment schedules of relevant entities and organizations.

The novel planning approach for Tourism Centres and Cultural and Tourism Conservation and Development Areas mainly adopts a flexible and strategic planning concept, which is built upon actions rather than strict land use decisions and targets an integrated and dynamic structure. In these areas, the project sites are further divided into subzones, so that planning takes place and the





investors are expected to set up individual projects of their own. Cultural and Tourism Conservation and Development Zoning is not simply a border lining process, but is meant to involve such other procedural flows as planning and segmentation of land within the so set boundaries, true to a predefined set of targets and requirements.

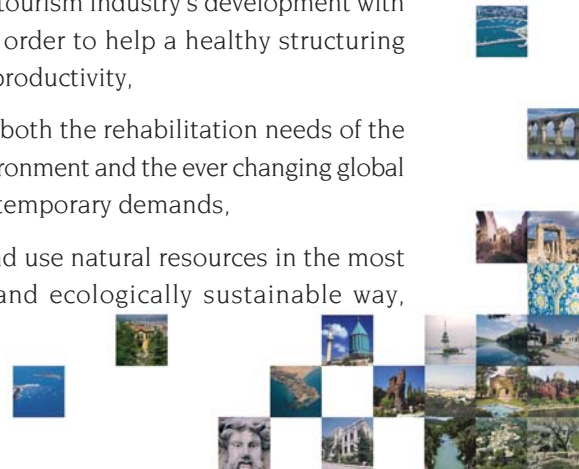
### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

- The current lack of a physical planning practice will be overcome by means of various regulatory arrangements to set out and implement coordination.
- An integrated approach shall be adopted and maintained for planning efforts in areas with high local tourism potential, instead of a problem-focused conception of planning.
- The fragmented and plot based planning practice shall be discontinued and tourism cities with remarkable global competitive power should be established.
- Technical personnel support will be provided for entities and organizations bearing the authority to approve plans at local level and thus the development of tourism shall be directed.
- Provisions shall be made for establishment of participative mechanisms such as Local Agenda No. 21, with the local council's becoming functional in a given neighborhood. Promising areas where organized tourism activities can easily be developed shall be of preference when selecting tourism

development areas in any given locality, while in the mean time a systematic structuring is assured through solution proposals for tenancy, infrastructure and environmental concerns.

Planning of tourism industry, especially tourism oriented physical planning should be supported by all available organizational models, alternative means of funding and a sound legal framework. In this context, an effective policy should:

1. reroute all tourism investments toward reducing the imbalances of welfare and development imbalances throughout the country and treat them with an approach that safeguards, conserves and improves the natural, historical, cultural and social environment,
2. broaden the base of participation in social, cultural and artistic events and propagate the notion of development,
3. reveal and expose, primarily with scientific studies, the cultural and artistic values and heritage and create a community awareness on these assets,
4. relating the tourism industry's development with market facts in order to help a healthy structuring and increased productivity,
5. Respond to both the rehabilitation needs of the investment environment and the ever changing global trends and contemporary demands,
6. Conserve and use natural resources in the most economically and ecologically sustainable way,





7. realize such organization and funding models that do not pose any financial burden on public and widen comprehensively organized and integrated projects at regional and local levels,

8. make use of tourism sources in a sense of conservation and balanced development, avoiding to exceed their carrying capacities,

9. develop an "area management" model that accounts for an understanding of tourism, which focuses on historical, cultural and artistic assets, namely assets- based tourism or destination based tourism development instead of a hotel or other mass accommodation facility based one, by virtue of both current and future regulatory arrangements and that responds fully to the demands and expectations of the local public and that enlivens, protects and produces multiple activities and assets, also making positive contributions to employment,

10. avoid causing any adverse affects on nature, culture and social structure, make sound contributions to economic growth with foreign exchange receipt and employment dimensions, organize the demand, create the grounds needed for further development of tourism industry and produce integrated, self-implementing projects,

11. not place the burden of social and technical infrastructure projects on public, but provide the sufficient grounds on which the funding needs of the same can be supplied jointly by users and beneficiaries, on a shared basis,

12. envisage development of tourism settlements that possess environment and organizational structuring at an acceptable level of quality,

13. present a fully total quality criteria compliant service in the fields of environment, transportation, accommodation, culture, history and arts, prevent irregular urban development and sprawl and restore readily deformed city and urban spots, and

14. finally solve infrastructure and environmental problems arising in regions where tourism movements get denser in close cooperation with local governments and contributions of infrastructure users.

## TOWARDS THE OBJECTIVES

### Planning with focus on Destination

Studies which concern development of tourism facilities in specialized tourism areas will be conducted. In the planning of tourism development areas, by local governments it shall be essential to consult with Companies engaged with developing and directing investments in the tourism industry, beholding valid and legitimate licenses issued by the Ministry of Culture and Tourism, for specialised opinions, insofar as the most effective use of the already limited tourism sources is intended. At this context, the impetus will have to be laid upon arranging a provision that licensing of such companies are to be handled by the Ministry of Culture and Tourism, by making relevant





amendments in the contexts of the Tourism Encouragement Law and the Law governing the Establishment and Duties of the Ministry of Culture and Tourism. Thus, sureties shall safely be placed for improvement of the quality of services at short and medium terms at the project development phase.

### Strategic Planning

A flexible and strategic planning approach shall be developed and adopted, that equally addresses organizational modeling, funding alternatives and legal grounds, avoids placing the burden of social and technical infrastructure works completely on the public but, rather distributing it among users and beneficiaries, provides means for the establishment of well organized high quality tourism campuses and conserves and uses natural resources in the ecologically and economically best productive way, with a perspective of diversity.

Physical plans shall consist of a written report and a main schematics on which the basic development routes are earmarked. These plans shall be used for generation of strategic decisions relating not only to land use but also to all other aspects including physical environment, employment, social services, organization etc.

## 3.2. INVESTMENT

### STRATEGY

*To boost tourism investments by designing incentive schemes that would make tourism investment projects economically feasible and viable.*

Tourism areas are among the most common areas of investment that receive support and a wide variety of incentives globally.

Therefore, certain measures shall be taken with respect to tourism development and certain incentives shall be granted for the industry.

In order to recapture the investment rates of 1990s, incentives will be granted, that would render tourism investment projects more feasible. Yet the terms and conditions, regional characteristics and enforcement durations are to be set out on analytical studies, annually.

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

- Certain incentives will be offered to the industry in general, with a view to retrieve sector's contributions to the national economy,
- Efforts shall be commenced for obtaining support within the framework of IPA Program (IPA - Instrument for Pre accession Assistance) of the European Communities, in the tourism sector.







- Adjustments shall be made in the taxation regime so as to allow access to this support by not only tourism accommodation facilities but also travel agencies which confronts the very definition of Small and Medium Scale Enterprises.
- Means shall be provided to ensure investment by foreign direct capital in our country's tourism industry.
- The short term renovation needs of the tourism accommodation shall be covered.
- Policies specific to promotion and marketing shall be developed as specific for promotion and marketing, concomitant with the granting of incentives on investments in the field of tourism.
- Investments at regions off the coastal lines shall be encouraged through engineering of projects that allows for diversification and spreading of tourism activities throughout the entire year and across the country.
- Sectoral grant mechanisms shall be developed at local level, depending on the level of sophistication and top priority tourism types (cultural tours, thermal tourism and winter sports).

## TOWARDS THE OBJECTIVES

### Incentives

- The amounts, terms, regional characteristics and enforcement durations of incentives shall be determined yearly, through detailed studies.



- The investor shall be provided with more design opportunities, based on the tourism cities approach aiming at strategic planning, in time of land allocations.
- Long term loaning facilities with low interest reimbursement capabilities shall be provided to tourism operators for replenishing and renovating their tourism complexes.

### Eliminating the Bureaucratic Barriers

The Investment Support Agency shall be strengthened as a central organization to issue all kinds of investment permissions to provide ease for foreign investors in possession of title to property and making investments within our country, as part of the ultimate objective of attracting foreign direct capital for investments.

### Certification of Companies

Companies willing to pursue activities in the tourism industry, on such specialty domains as investment counseling and consulting services to add on quality and progress rates of projects in the field of tourism shall be certified by the Ministry of Culture and Tourism.





### 3.3. ORGANIZATION

#### STRATEGY

*"To achieve institutionalization through councils to be established at national, regional, provincial and local levels within the context of 'Good Governance', to ensure full and active participation of tourism sector as well as all related public and private entities and NGOs in relevant decision-making processes".*

The overall success of tourism and travel industry depends on the ability to set up and implement an effective management organization. For this reason, an effective organization will be established in both area and institutional management, in the sector.

New arrangements are needed in the tourism industry which will provide dynamism to the sector while at the same time minimizing the vulnerability of the tourism sector to international crises. Such formations will be structured with close cooperation of public and private sector enterprises and NGOs. For the purpose, a challenge for institutional structuring shall be taken, with a view to direct the tourism and travel industry. In such institutional structuring, impetus shall be laid upon efforts dedicated to coordinate the macrolevel policies of public and private sector unions, in accordance with private sector's expectations.

#### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

The Ministry of Culture and Tourism intends to assume a more effective role in attaining diversity in tourism activities and directing the same to local governments and private industries, as the ultimate decision-making body in area management, by developing and furthering its relations with local administrations.

Tourism Encouragement Law and Law governing the Foundation and Duties of the Ministry of Culture and Tourism shall be amended so as to reflect the principle of governance.

The resultant organizational structure will embody various institutions formed with participation of representatives from public and private sector entities and NGOs, which will grab the wheel to steer the industry, always assuming full and sole responsibility against the public and private sector and civil society. Having been formed and set operative on national, regional, provincial and local scales, these structures shall then transform into Councils.

#### TOWARDS THE OBJECTIVES

##### Legal Arrangements for the Establishment of New Institutional Structure

The set of revisions required for formation of Tourism Councils shall also be made in the context of the Law governing the Foundation and Duties of the Ministry of Culture and Tourism.





## New Role of Ministry of Culture and Tourism in Development of Tourism Industry

- The Ministry of Culture & Tourism shall pursue efforts as the sole and ultimate body responsible for the planning of areas with tourism potential and land segments that it chooses as appropriate areas for to host tourism developments.
- The Ministry of Culture & Tourism shall assume full and ultimate responsibility for setting up and implementing legal arrangements, plans, policies and projects that would direct the tourism industry also in the fields of marketing and promotion, education and R&D.
- The Ministry of Culture & Tourism shall set up and implement a National Tourism Certification Body, to develop certain standards in the field of tourism following a careful categorisation and determine the rules as per which practical implementation shall take place for realisation of enterprises, and
- A domestic Tourism Research and Steering Committee, which shall conduct studies on all kinds of research, analysis and policy-making aspects of domestic travel, and
- A Tourism Education Steering Committee, which shall host efforts dedicated to determining the outlines, content and strategies of policies on both formal and informal education in the discipline of tourism, and

- Finally a National Tourism Databank Unit, to render efforts dedicated to harvesting and retrieving, processing and evaluating statistical data, field research and findings and measurements about tourism and travel industry.

## Formation of Councils to ensure Coordination across the Tourism Industry at National and Regional Levels

### National Tourism Council :

This organisation shall be led and managed by a board of executives consisting of 15 to 20 members qualified to represent all shareholders in the industry. As at the beginning, the Council is anticipated to receive participation by a delegation of 3 representatives of Ministry of Culture & Tourism, 1 representative of State Planning Organisation, a group of 7 representatives from Tourism industry, 1 representative of labour organisations and 2 representatives of Non-Governmental Organisations. As and when it deems necessary or desirable, the Council may send invitations to persons, entities and organisations that have expert knowledge or engagement in areas not particularly covered by its permanent membership, to join its sessions as temporary members to properly include their expert views and opinions in relevant discussions. Therefore, the criteria for qualification and election of councilors include, among others, the following:





- Possession of in-depth knowledge and experience in tourism and travel industry,
- Accommodation of skills for academic and analytical thinking and ability to competently set tourism's macro policies, and lastly,
- Accumulation of appropriate level of knowledge required to harmonize tourism policies with national policies and programs run by other industrial sectors.

The duties of the National Tourism Council (NTC) will mainly consist of the following:

- Create a brand on national, regional and local scales and coordinate efforts dedicated to marketing of tourism areas and co-development of industrial activity, consistent with the peculiar characteristics of these areas.
- Make all necessary arrangements to ensure that positive impacts of tourism are also benefited by the fellow citizens of the country, in line with the development of domestic tourism and present knowledge and advise to the Ministry, useful for development of policies ad hoc for the purpose,
- Set out the minimum quality standards applicable to accommodation facilities, products and labour in tourism and travel industry,
- Render efforts for further diversification and continuous quality improvement of the tourism product
- Support business enterprises with in-service

education consistent with the strategy to progressively improve human resources and coordinate technical assistance and know-how to be supplied to these entities for the purpose,

- Perform research and compile and prepare data that will be used by Ministry of Culture & Tourism as input in the tourism policy making process.
- Perform analyses backed by plainly visible and measurable criteria for consistency assessments of tourism policies in effect and brief the Ministry of Culture & Tourism on the resultant findings,
- Put up suggestions to guide practical conduct of Ministry in case of a crisis management, for putting odds out of the way,
- Act as an opinion raising, idea forming entity for the councilors that also provides technical assistance.

When it deems necessary, the Council will carry out its work through subcommittees that it shall form up and these committees will be responsible to determine programs at local level and to notify the Council board of executives of their program decisions. These committees may be dissolved on successfully delivering the pilot research activities and project related assignments originally entrusted to them. In an other way of speaking, these committees shall form up as ad hoc workgroups dedicated to a certain work or project.





## Developing Tourism Councils capable of representing all parties in a City, to attain tourism development at provincial level

The secretarial tasks that need to be pursued at city or local level shall be undertaken by Provincial Directorate of Culture and Tourism of the cities.

### City Tourism Councils:

City Tourism Councils (CTCs) shall be established and set functional, with the primary duties being to present opinions, vocalise demands and make suggestions to the National Tourism Council, on behalf of all shareholders in the city. In addition to their primary duties as aforesaid, the CTCs shall contribute to sounder, more consistent and participative decisions taken by the NTC. The membership of CTCs will comprise of representatives of various entities and organisations finding representation in the NTC. Other persons and / or entities / organisations shall well be accepted to partake in or become part of these councils, whether as new or temporary members, to provide expert opinions and recommendations based on their specialty knowledge and experience on any matter.

The key role that CTCs are supposed to play is associated with provision of services, including advisories to business enterprises. They will receive full support and assistance from both public and

private sectors in terms of funding and consultation and assume the role of a body intermediary which ensures cooperation between business enterprises.

Basically, the Councils will be expected to fulfill the following duties:

- Search and find out and then bring together and present to the National Tourism Council (NTC) the local demands, expectations and needs,
- ensure cooperation and coordination among members,
- Carry out studies and define policies on the maximum use of the tourism potential at city level,
- Work for assuring education of the organisational members and thereby improve the quality of labour,
- Set up and implement effective networks among members,
- Coordinate or mediate through contacting relevant entities / organisations a crossplated coordinated provision of the technical assistance and know how needed by small enterprises upon request of Local Level Councils of Tourism and assure that the local community gets the best out of the same.
- Support efforts dedicated to creation of a "Turkey brand" as an integral part of a whole, working in close cooperation with other regional and local tourism organisations.





### 3.4. DOMESTIC TOURISM STRATEGY

*"To provide an alternative tourism products based on acceptable quality and affordable prices to various groups in the society."*

Development of the domestic market is as important as that of the foreign market for the growth of Turkey's tourism industry. The states that literally attract the greatest number of travellers from around the globe appear to have achieved an impressive level of development in their local industries engaged with domestic travel business.

A sound cooperation and coordination is a must among public and private sector, tourism organizations and NGOs, should an accomplishment is targeted for the market of domestic travels. Accordingly, arrangements shall be made and means provided as and to the extent appropriate to convince local travellers take vacations, with various events and campaigns held jointly with a variety of press and educational institutions, aimed at raising public awareness on history, nature and culture both on a national and local scale. Activities to be pursued at this extent shall not only leverage the share of domestic tourism in overall tourism receipts of the country but also serve significantly for recognition and conservation of historical and cultural assets of this country.

Areas of cooperation shall be sought with private sector entities, tourism organisations and NGOs along with an increase in the content and frequency of promotional efforts concerning domestic market and studies made to encourage an increase in number of itineraries, ads and tours of travel agencies with focus on internal market.

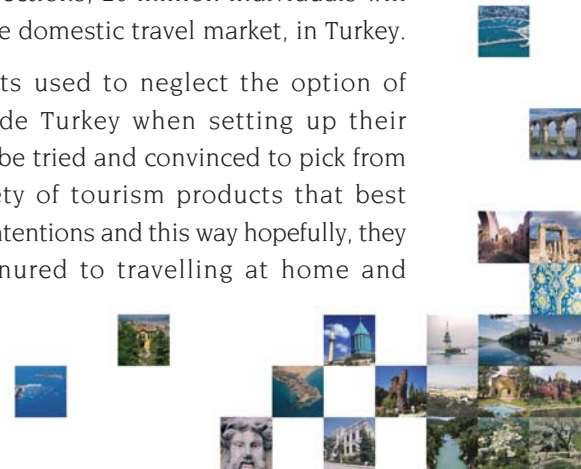
#### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

Moves for developing and sustaining tourism alternatives shall be spread across the country. In this framework, the accommodation capacities of destinations included in the development plans shall be improved and quality of transportation will be bettered by means of studies targeted to improve the transportation opportunities among destinations.

Arrangements shall be made for creation of a variety of alternative tourism products, facilities and itineraries with weight laid upon promotion of the country's assets worthy of visiting to help an increase in the domestic tourism's share in overall tourism movements and receipts.

As per the projections, 20 million individuals will benefit from the domestic travel market, in Turkey.

Those residents used to neglect the option of travelling inside Turkey when setting up their itineraries will be tried and convinced to pick from among a variety of tourism products that best describe their intentions and this way hopefully, they will become inured to travelling at home and





after all, this travel routine shall be spread across the country.

Efforts requiring full cooperation of public and private sector entities aimed at developing various social tourism projects shall be pursued especially for disadvantaged community groups (i.e. people with disabilities, impoverished groups, youth, women etc.) with the ultimate objective of boosting their involvement in domestic travel activities. An Inland Tourism Research unit shall be founded within the core organisation of Ministry of Culture & Tourism to conduct all necessary research and make assessments concerning the domestic travel market, with a view to increase the role and effectiveness of public sector in managing and directing domestic tourism.

Diversification and countrywide spreading of domestic travel will present another focus to lay attention, especially with the highlight of cultural tourism, alongside with efforts dedicated to creation of city brands.

## TOWARD THE OBJECTIVES

### Promotion of Domestic Travel

A variety of plans and programs shall be drafted for the promotion of domestic travel and innovative tools shall be employed in related efforts.

### Supporting the Domestic Travel Market

Tourism enterprises will be encouraged to allocate domestic tourist quotas at discounted prices to meet the recreational needs of low and middle income groups.

Travel agencies offering package tours for domestic tourism market shall be supported.

Program alternatives will be evolved that address university youth, high school juniors and middle aged singles, which collectively form up 20 percent of the entire population. As better recognition of the country among young people will increase their attitude toward favouring travel and vacation habits more than usual, joint workgroups and programs shall be put in action with the sector, for persuading them to turn towards youth tourism, in growing lots.

### Monitoring the Domestic Travel Market

A Domestic Tourism Unit shall be formed within the Ministry of Culture & Tourism, with the contributions of which, statistical information on inland travel behaviour will be collected and compiled. This statistical information will encompass basic indicators that measure different aspects of domestic tourism demand such as Number and Variation of Inland Travellers, Number of Overnight Stays by Turkish residents by purpose of travel, Types of Accommodation used in time of domestic travels, Economic Value of Expenditures made by Turkish







residents for and duration of Domestic Travels and Change in Domestic Travel Activities by seasonal term or Differentiations in Domestic Travel Activities of People according to various parameters (age, gender, level of education, economic wealth etc.).

### Alternative Tourism

Research will be conducted on products of alternative tourism in the domestic travel market, followed by studies with focus on capacity increase at regional and local levels and next step will be promotion and marketing of these assets.

### Social Tourism

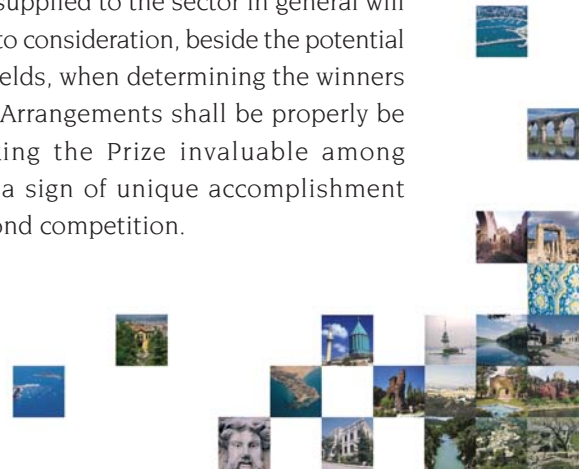
A variety of social tourism projects shall be developed and launched to allow disadvantaged groups to take up vacations more easily.

## 3.5. RESEARCH AND DEVELOPMENT STRATEGY

*To ensure top prioritisation of R&D efforts in tourism industry among public and private sector and tourism organisations.*

In tourism the term of "Research" is perceived within the context of competition, cooperation and search for new products, in tourism. Studies on product deployment across the enterprise, enhancing staff qualities, search for cooperation and innovation

shall all be encouraged in tourism industry. At this point, mechanisms ensuring cooperation shall be established with participation of public and private sector, NGOs and universities. A National Tourism Database shall be set up and implemented within the Ministry of Culture & Tourism for the purpose of providing information to business enterprises for research and development and arrangements made for making the resultant database available for use by all members over the internet. Forthwith upon obtaining such information, the enterprises will be able to achieve innovations by either evaluating them inhouse or making use of advise fed from outside. In order for enterprises to make social and economic contributions to national development head to head with the ever changing and developing demand for tourism, a comprehensive assessment of each and every innovation brought to fore by business enterprises shall be made by a cadre of experts based on impartial, unbiased criteria and subsequently, outstanding performances will be commemorated with a set of National Tourism Prizes for each destination of concern. Innovations and social benefits supplied to the sector in general will also be taken into consideration, beside the potential for economic yields, when determining the winners of such prizes. Arrangements shall be properly be made for making the Prize invaluable among enterprises as a sign of unique accomplishment above and beyond competition.







## OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

### Research process

This will ensure:

- Working out of the big picture for the sector and determination of models and trends on both national and international scale,
- Ascertaining of tourism activity determinants and constraints and drafting of policies,
- Studies for determining the amounts and ways for augmenting social and economical gains obtained from tourism activities and on what can possibly be done for elimination of negative aspects,
- Conduct of studies on systems that respects the environment capable of providing maximum output making use of minimum energy and natural resources and consuming minimal fuel for deployment in enterprise management, and
- Transpiration of new ideas and innovations with regard to products, people, practices and operations.

### Development Process

For the part of enterprises operating in tourism business, development refers to the de-ployment of a new cost effective activity in a given enterprise, use of a novel combination of factors or new products revealing themselves in different forms in different products. Innovation processes of enterprises that

pertain to products, procedures, markets of coverage, organisational structures and changes in skills and competencies of workers employed are still far from being understood well by a plenitude of business enterprises.

The tourism industry will be driven towards a sustainable development part in a competitive, innovative and inquisitive manner in an international sense. Accordingly, for the purpose of achieving regional development, targets have been set toward performance of studies dedicated to leveraging demand in local market by enhancing the competitiveness and diversity of regional appeals and providing know-how and specialised advise to small and medium sized enterprises.

While the power and responsibility of setting the medium and long term tourism strategies and policies will remain with the public authorities, councils which will be formed and operate within the context of good governance will help industrial organisations and NGOs assume partial responsibility for contributing to planning, implementation and renewal efforts to be rendered for a sustainable development.

### TOWARDS THE OBJECTIVE

**Branding:** In order to place tourism development on a sustainable course, efforts shall be pursued for:





- Creating an Image of Turkey which shall be a clear communication to be used uniformly in local and international markets,
  - Creating a Regional and Local Image of Tourism by demonstrating a collective attitude in marketing activities and pushing regional values to the upfront, with a view to ensure branding and credibility of each destination.
- State Planning Organisation
  - Ministry of Culture and Tourism
  - National Tourism Council (NTC),
  - City Tourism Councils (CTCs),
  - National Tourism Certification Service (NTCS)
  - Domestic Tourism (DT) Surveys Unit
  - Tourism Education Steering Unit
  - National Tourism Databank Unit (NTDU), and
  - Universities

**Sustainable R&D:** Research and statistical studies held both centrally and at enterprise level shall be monitored and assessed on an ongoing basis in local public and private sector entities, with the objective of being continuous optimisation and improvement.

The statistical data available on tourism industry shall be reorganized in such a manner to support new developments and research studies aligned to global standards.

Statistical data shall be made accessible to researchers and businesses. Cooperation and coordination shall be managed between public and private sectors, for enhancing the cooperative environment.

Businesses shall be provided with necessary data needed to keep themselves moving in line with the national strategy.

**R&D Management:** The following entities shall serve for R&D in the tourism industry, throughout the implementation phase of Tourism Strategy of Turkey - 2023:

All the above units and functions the establishment of which are in design will provide assistance on such technical matters as determination and creation of tourism capacities and supplying continuous flow of information to businesses at each region, thanks to which, convenience of investments in various market segments will be assured.

### 3.6. TRANSPORTATION AND INFRASTRUCTURE STRATEGY

#### STRATEGY

*"To eliminate transportation and infrastructure problems of densely populated and fastest growing tourism centers"*





Efforts shall be pursued for completion of the Mediterranean - Aegean Tourism Infrastructure Coastal Management Project already being implemented by Ministry of Culture & Tourism in order to bring solutions to infrastructure problems of the Mediterranean and Aegean coasts where tourism potential is still at very high levels. At this end, assuring user contribution to funding of the project, which is anticipated to be implemented through infrastructure unions to be formed up by local government and users, institutionalisation and legal arrangements for the purpose, will give a new impetus to the completion of the project.

The Ministry of Culture & Tourism shall proceed with efforts toward developing the infrastructure in areas which have tapped or untapped tourism potential in close cooperation with local governments.

Transportation is a bridge that connects tourists to tourism centers which serve as focal points of consumption. This feature makes transportation a main product for tourism industry. Improving transportation and making it run healthier are the two concerns that require integration of various modes of transport, for tourism industry. Subsequently, focus will be laid upon strengthening the transportation links to enable extending of tourism activities throughout the entire year and introduction of new types of tourism other than coastal tourism, while building on the existing level of inland leisure and recreational tourism activities.

## OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

The Ministry of Culture & Tourism places special emphasis on completion of Mediterranean - Aegean Tourism Infrastructure Coastal Management Project and it has already made up plans for the realisation of design engineering and construction of a variety of utilities such as potable water, sewerage, waste water treatment and discharge, solid waste collection and disposal facilities with such installed capacities to suffice the needs of both resident and travelling populations, by the year 2023, along the 2.000 kilometers long coastline extending from the provincial borders of Antalya City towards the provincial borders of İçel City.

One of the most vital characteristics of Tourism Strategy of Turkey - 2023 involves arrangements to be made in relation to the existing transportation system. Targets have already been set to follow a path of development with augmented assessment of the tourism potentials posed separately by each of land, sea and maritime transport links, which are deemed as a vital input for the travelling industry alone.

In an effort to better introduce and promote the natural, historical and touristic assets of our country, plans have already been set to restore and improve the conditions of various sea courses and railway tracks, that have the potential of becoming a subject of tourism. Minimising the public share in investment





projects aiming at diversification of transport in our country poses significance for delivering dynamics to this industrial sector. Therefore, various investment projects are waiting at stake for brand new design and construction or improvement of the existing qualities of railroads, marinas and cruise ship harbours, motorways and split highways, all to be funded based on either of the following models, whichever helps minimise public share in investment costs.

- Build- Operate - Transfer (BOT)
- Build - Operate (BO)
- Design - Build - Finance - Operate (DBFO)
- Build - Own - Operate (BOO)
- Build - Lease - Operate - Transfer (BLOT)
- Public - Private Sector Joint Venture,
- Liquidation

## TOWARD THE OBJECTIVES

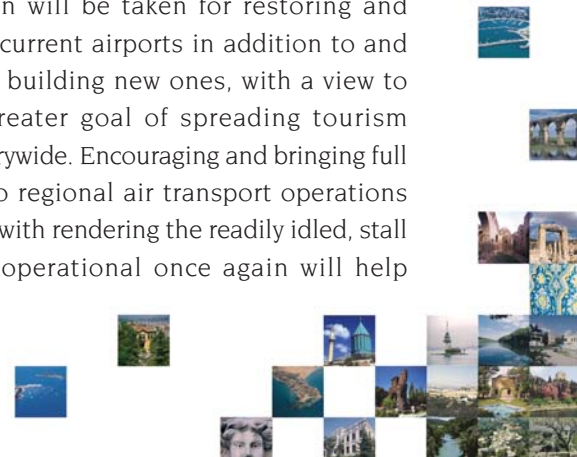
### Solving the infrastructure problems in areas with high tourism potential

The Ministry of Culture & Tourism shall make arrangements for launching an active study aimed at compensating the deficits in industry-related infrastructure with a couple of applications such as cooperation with local governments, financial support etc. in areas with high tourism potential, where tourism activities are to be diversified. Within the scope of this study, arrangements shall be made and

grounds be constituted for cooperation with related entities and organisations to alleviate infrastructure related problems in prospective tourism destinations, in existing inland destinations which will be converted into centers of city and cultural tourism and in areas considered suitable for hosting a diversified range of tourism activities, with guidance, if and when required.

### Developing airport access, a frontal issue of saving time and security

The long distance between our country and international tourism markets in combination with her broad frontiers and geographical strictures (i.e. cliffy and rough terrain) makes airborne transport the best choice and most convenient solution for tourism development. Therefore air carriers have in fact a significant role to play in diversifying tourism activities in our country and spreading them throughout the year. The recent developments in air transportation will undoubtedly have positive impacts on tourism and travel industry, prolonging the staying times of travellers. In this sense, as the need is obvious, action will be taken for restoring and perfecting the current airports in addition to and supplement of building new ones, with a view to achieve the greater goal of spreading tourism activities countrywide. Encouraging and bringing full functionality to regional air transport operations spontaneously with rendering the readily idled, stall airfields fully operational once again will help





realisation of tourism activities without any trouble, yet with much more health. The development of regional airline operations shall for instance help long range transportation of passengers within a given travel route across Anatolia, without boredom in travellers or any loss of time due to long hauling distances. Besides, the travellers taking a tour shall have the opportunity to visit more places in considerably shorter times, which, in turn, will help better promotion and publicisation of our country. With a view to cover up this requirement, flights from large population centres shall be supported with secondary and tertiary airports.

### **Improving the interregional railway links in order to enhance the share of railway transport**

As a result of the most recent technological developments in railway communication, boarding and travelling on rolling stock has become the safest and most comfortable of all available modal choices. The ever-increasing environmental concern for the environment suggests that there would be an increased trend toward this particular mode of transportation, compared to road transport, during the upcoming years. Building on this perspective, high speed railway tracks with regional links interconnecting the major tourism areas across the country in addition to combining the existing railway links together shall be constructed and/or developed, as appropriate.

### **Increasing the level of safety and accessibility of highway transport for Tourism purposes**

The highway network of our country is well below the EU average, both in length and coverage. Especially creating new transportation links while reinforcing the existing ones will mean much for the tourism industry, as it will give a boost to the safety and quality of motorways. As a complementary measure in support of Tourism Strategy of Turkey - 2023, the new destinations projected en route the main road connections (i.e. Tourism Development Areas, Development Corridors and Main Development Axes, Tourism Cities, Ecotourism Zones, Brand Cities) will be connected to main motorway arteries with segmental split highways (access roads).

### **Developing Sea Tourism**

Arrangements will be made for speedy construction and bringing into service of cruise ships to board passengers wishing to travel by the sea, with construction and operational start up of ports where they can anchor and dock safely, in areas with high tourism potential, in an effort to attract more qualified travellers, in addition to measures for persuading them to stay longer in any given destination.

Furthermore Megayacht marina operation is another fast growing trend of the recent years, in sea tourism. In an effort to conveniently address this demand,







plans have been made for rehabilitating the marinas in Istanbul, Antalya and Izmir Cities so as to successfully accommodate Megayacht operations and thereby increasing the share of Turkey's tourism industry in yacht travels. Also, in addition to the existing and planned marinas both as built and in design, over 200 fisher huts shall be overhauled and transformed into facilities capable of serving any particular need of yacht tourism with a covering range of not greater than 35 nautical miles, fully and carefully exploiting their potentials, as a major step taken forth, which should have significant implications for the industry. Moreover, new marinas shall be designed, built and opened up for operation, with capacities sufficient to support projected visitor arrivals to new destinations.

### 3.7. MARKETING AND PROMOTION STRATEGY

#### STRATEGY

*"To commence with marketing and promotion activities at each destination, in addition to the national marketing and promotion campaigns with the ultimate objective of branding on a national, regional and local scale"*

Promotional efforts shall completely be based upon

scientific analyses and studies, to the extent they are meant to be used for the promotion and market analysis of a particular tourism area.

Work flows to be performed within the scope of promotional activities shall clearly be defined and working methodologies to follow be set so as to allow harvesting, analysing and interpreting valid and reliable data supplied by a comprehensive review of country markets, market characteristics, the trends and expectations of client groups, their demographic structure and the statuses of competing states.

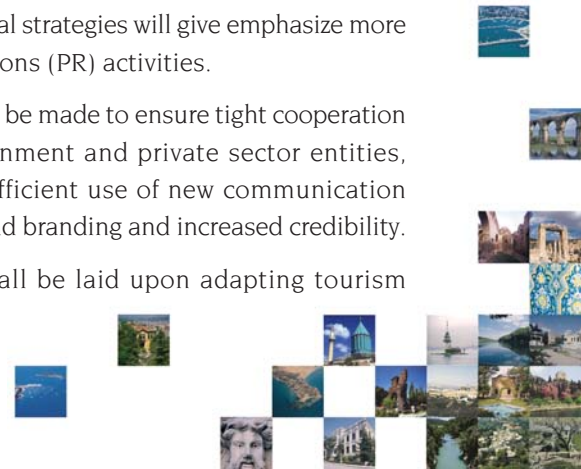
Following a comprehensive analysis and interpretation of the resultant findings of studies conducted, the strengths and weaknesses, opportunities, risks and threats will also be identified (Post SWOT analysis).

A sustainable image shall be envisioned not only for maintaining the competitive power necessitated by the tourism and travel market but also for preserving, if not enhancing, the market share and position. Top concern will be the effective use of PR tools.

New promotional strategies will give emphasize more on public relations (PR) activities.

Provisions shall be made to ensure tight cooperation between government and private sector entities, effective and efficient use of new communication technologies and branding and increased credibility.

Due weight shall be laid upon adapting tourism





operations to contemporary information and communication technologies and multiplying channels of communication with the clientele.

Due regard shall also be paid to ads and promotions rather suited to the needs of tertiary age group of beneficiaries, in line with the changes in world population.

Promotional efforts shall be customised to a certain number of products to be designated for marketing, rather than taking the form of mass promotions.

Branding efforts shall be pursued at destinations in line with the ultimate objective of a country brand and arrangements made accordingly in all introductory stuff for separate inclusion of each and every destination of coverage.

As part of the promoting activities, international events and organisations shall closely be traced and actively participated and held in the country, as much as possible.

Movie production industry shall be used as a tool for promotions.

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

The promotional activities shall follow a promotional strategy that concentrates on the common wishes and desires of consumers in the market, well acknowledging the differences between various markets and market segments.

Ministry of Culture and Tourism shall remain as a vital component staying in the core of the promotional strategy. Regular testing of the results and measurement of the efficiency of the strategy, followed by the conduct of necessary revisions, if required seem to be a requisite for effective use of it by activities to be pursued until 2023.

There appears the need for searching and finding answers to such questions in mind as how destinations are perceived by the consumer public and how they envision a particular destination in their minds and to what extent do the messages given by campaigns coincide with facts. For this purpose, extreme care and due attention shall be given to close monitoring of global trends, designing campaigns with particular focus on a certain destination and their setting active as separate for each and every market targeted and stressing the values of the modern world while staying loyal to different, original and national values and putting tourism products that are more likely to concern the target groups up to forefront and finally, giving full and unconditional support for such public relations activities as fairs, hospitality services etc., when introducing Turkey to the outer world. Campaigns will take more advantage of electronic media to be able to reach their target groups more rapidly and effectively.







**By both design and implementation, any action to be taken by Ministry of Culture & Tourism for marketing and promotion shall:**

- stress supremacy of products and total quality, based on destinations,
- ensure branding at national, regional and site levels,
- target product specific marketing of our tourism industry and an increase in the overall quantities of travellers as well as receipts gained after a successful trip,
- assure brand linked communication of the differences and relative predominance of our destinations compared to other destinations in the Mediterranean Region,
- stress modern values with loyalty to our different, original and national values,
- place products concerning the target groups in the front,
- usage of technological developments,
- facilitate from the reputation of people internationally renowned for their deeds of unmatched, unique value,
- draw attention of high income generating traveller groups upon our country, by way of product diversification,

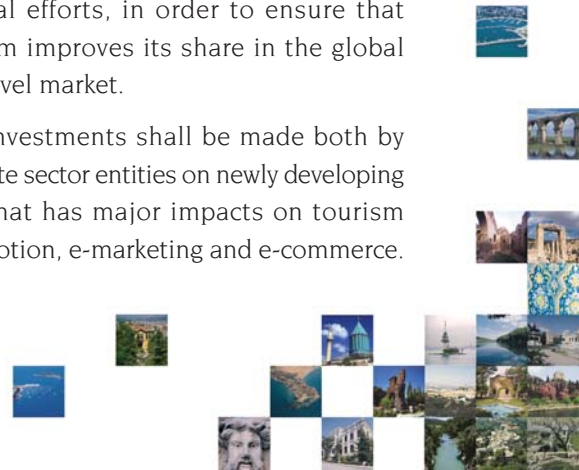
- pay special attention to the East Asia-Pacific Region noting remarkable growth in terms of tourism activities, represented particularly by India and China, and

- help a boost in terms of market share by staging special promotional campaigns with territorial coverage, in states of the Middle East, Iran and Turkish Republics of Central Asia.

Coordination will be assured among entities and organisations partaking in the promotion business and participation of becomingly more community groups earning direct or indirect income from tourism industry, in the funding of such activities, with a view to ensure a more dynamic, professional looking and financial sound promotional activity. Furthermore, commercial companies and other for profit organisations forming up the marketing network will be encouraged to fortify their strengths by mergers / joint actions under the existing free market conditions.

It is on target to reserve 1 percent of the overall revenues obtained from tourism activities each year for promotional efforts, in order to ensure that Turkey's tourism improves its share in the global tourism and travel market.

Additionally, investments shall be made both by public and private sector entities on newly developing technologies that has major impacts on tourism such as e-promotion, e-marketing and e-commerce.





The efficacy and efficiency of promotions and marketing efforts shall be subject to regular reviews.

## TOWARDS THE OBJECTIVES

### Determining the components of promotional activities

The following components need to be a part of this should be integrated to marketing and promotion activities, in order of precedence:

1. Funding
2. Identification of Markets
3. Market Research
4. Goals
5. Marketing Subject
6. Promotional tools to be used
7. Marketing effectiveness measurements

Before any promotional activities can be launched, the following questions need to be answered:

- a) What shall be promoted? (identification of the tourism product(s))
- b) To whom will the promotion be made? (Target Group)
- c) Where shall the promotion take place? (Market Selection)
- d) When shall the promotion take place?
- e) How shall the promotion be conducted? (Implementation)

### Identifying alternative strategies for marketing and promotion activities

Four alternative strategies have been identified in principle, although there is still an ample variety of other "marketing and promotion" strategies that tourism organisations may choose to follow, in practice. These are as follows:

- **Single Target Group Based Promotion Strategy**, which accounts for single predetermined target group,
- **Intensified Promotion Strategy (IPS)**, which is aimed at multiple target groups,
- **Total Promotion Strategy (TPS)**, which covers all segments in a given market, and
- **Undifferentiated Promotion Strategy (UPS)**, which tends to account for the common characteristics of multiple segments, acknowledging the differences among them.

### Public and Private Sector cooperation

Public and Private Sector cooperation shall tailor the role of a coordinator to the government and an enforcer to the private sector, which is supposed to open the path for developing different approaches to grants and loans to be made available by the government to the private sector industries in line with promotional activities as state's part of financing. In time of developing the exact approaches to apply, the studies of the councils shall be utilised.





## Creating a Good Image

The acts of terrorism, adverse publications and press articles disseminated in the international community on such areas as democracy, human rights etc. and the outbreak and continuation of armed conflicts and political instabilities at the next door of Turkey, due to her challenged geographical position have all contributed to a ruining impact on Turkey's general image among the international travellers. In the next few years, new projects and programs shall be devised to tackle the constraints and eradicate the demise caused by these unfavourable impacts, involving the launch of a variety of promotional campaigns dedicated to seeding a better image of the country in people's minds.

### 3.8. EDUCATIONAL STRATEGY STRATEGY

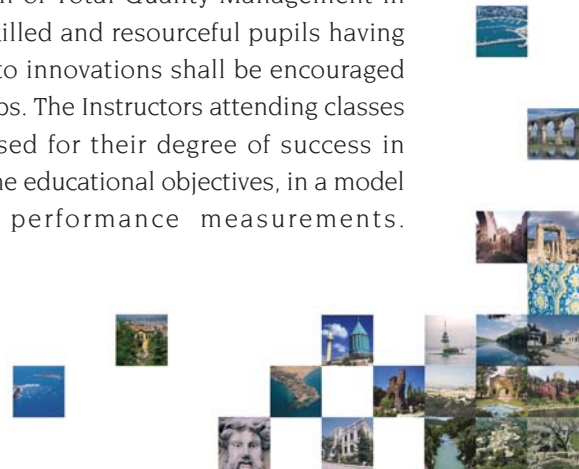
*"To set up and introduce an education program in tourism, which would yield measurable outcomes."*

Tourism education shall target raising awareness on existence and protection of national tourism assets and resources and leveraging the contribution of tourism to national economy at the highest possible extent. Within the context of education, enrollments shall basically be instructed on moral ethics of serving every traveller without discrimination but discrete

honesty, as well as on the importance of showing hospitality and left for a brainstorm on the long term benefits of such education and knowledge.

Institutions offering vocational education on tourism will receive capacity reinforcements with improvements in quality and content of their curricula. Reputation and profitability of our country's tourism depends on continuation of education with satisfactory quality. In order to stage an effective education, the updates in the field of training and education shall closely be traced and any possible changes both at the present and in future properly be analysed, to form a sustainable base, as per the resultant findings, for perfectly running, failsafe educational schemes.

Tourism education shall principally be designed to teach tourism as a profession, yielding tangible, measurable results. It shall, in the first place, be stressed that raising awareness on quality in both the institutions offering and the public receiving tourism education is in the utmost interest. Impetus shall be laid upon group work in practical implementation of Total Quality Management in Tourism and skilled and resourceful pupils having an open mind to innovations shall be encouraged with scholarships. The Instructors attending classes shall be assessed for their degree of success in attainment of the educational objectives, in a model based upon performance measurements.





Active involvement and support of private sector shall be sought and solicited for educating the labourforce just as needed by the travel market.

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

Policies on academic education dedicated to raising executives and researchers to lead the tourism policy will be handled together with the vocational education to raise qualified staff for the tourism industry.

Top priority shall be given to raise qualified and competent labourforce for the tourism industry.

Arrangements shall be made to let local governments give directions for improving the quality of services and working environment at tourism premises, as one of the most effective forces assuming vital role in tourism development. Organisations shall be made for staging and conducting informal education schemes to help raising of awareness on various aspects of tourism at community level, especially taking measures that should guarantee their proper media inclusions.

The tourism education syllabi shall also incorporate class instructions on a variety of emerging types of tourism, to help raising of staff capable of meeting the day - to-day requirements of the tourism supply demand chain, in the ever-changing climate of travel market.

Audio-visual communication equipment widely spread among the society shall be used to channel

information to all intended recipients, in the context of informal tourism education. Education of this type shall be designed to improve the individual skills and qualifications of working people in tourism business and target larger community groups. The ultimate goal of this education shall be limited to "certification" and as such, it shall be given in time of the on-the-job training efforts.

### TOWARDS THE OBJECTIVE

#### Co-developing academic and vocational educations to raise qualified staff for the tourism industry

Seminars and symposia organised every year for cicerones shall be left under responsibility of universities and professional organisations and Ministry of Culture and Tourism shall assume the responsibility to function as a supervisory body auditing their conduct according to the effective laws and regulations dealing with tourist guidance.

The skill levels required for standardisation of and performance of analyses and assessments on vocational education as well as productivity analysis true to internationally applied standards, improvement of quality and employment shall be determined with certification. Efforts shall be made toward improving the qualities of agencies and tour guides through in-service education and a set of sanctions to deter poor quality practices. Cicerones





shall be encouraged and unified under a single yet common body, which shall, once established, have jurisdiction all over the country and further be channelled to specialty branching through expert training classes.

Faculties and departments of universities organising and conducting Cicerone licensing or certification educations shall be mandated to include among their relevant syllabi, "Turkey Round Trip Practical Training Tours", as a standard program. These instructions and trips shall be supervised by the Ministry of Culture and Tourism, which shall check compliance thereof with a predetermined set of rules and criteria.

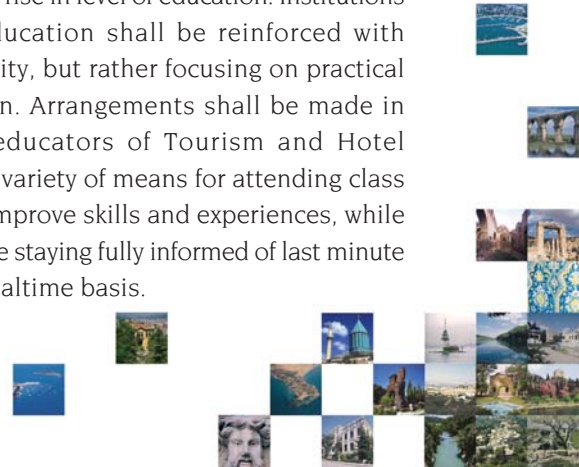
Arrangements shall be made for universities running departments on tourism business administration to offer postgraduate studies with or without a graduation thesis study for university graduates of relevant programs, having good command of at least one foreign language. This modus operandi will not only encourage branching and specialisation among cicerones but also help leveraging of the current levels of knowledge in workers of tourism sector.

Cicerone education shall then be given at Bachelor's degree and all associate degree programs shall be abandoned. The gradual implementation by schools offering Bachelor's degree cicerone education programs, of postgraduate (Master's degree) studies will facilitate specialization of cicerones. In addition, universities running cicerone education programs

are already giving their instructions in English, German and French languages. In that case, the requirement for less known languages remains unmet. Therefore, the Ministry of Culture and Tourism shall establish the necessary cooperation and coordination between Ministry of Education and YOK, for raising of university enrollments in the branches of specialisation and languages of need.

### **Boosting informal education**

Media shall be used for spreading of information that informal education has to give, among wider community lots. The quality of basic education will not only lay a significant focus of improvement on labourforce but also contribute much to prevention of chaotic misguidance and discordance, typically observed in the sector. Moreover, an efficient and thriving tourism education will cause a radical change in the views of both present and future workers of the industry, making them begin to see their involvement in the sector as a chance to build up a career, in a permanent job position. The overall quality of the sector shall, without doubt, be assured with the gradual rise in level of education. Institutions of informal education shall be reinforced with additional quality, but rather focusing on practical implementation. Arrangements shall be made in institutional educators of Tourism and Hotel Managers, by a variety of means for attending class instructors to improve skills and experiences, while in the mean time staying fully informed of last minute updates on a realtime basis.





A model that renders informal education enduring and in a participative perspective under coordination of Ministry of Culture and Tourism, shall be adopted.

A regulatory requirement shall be imposed in tourism and travel industry for the provision of practicing opportunities to certificate holders and participants of tourism classes rendered by at least three star hotel operations, with a view to further improve both the percentage of qualified staff and overall quality of services. Ambiguities will be eluded about the qualities of labourforce, by officially recognising tourism management as a profession. A directive on internship and probation at institutions of higher education already offering class instructions in the field of tourism shall be published and then monitored for proper enforcement, in consultation with all parties involved.

### Renewing and updating the content in formal and informal education

The Tourism and Hotel Management departments of universities shall cover, in their educational curricula, such titles that would meet the changing requirements of travel industry as sociology of tourism, world gastronomy and cultures, ancient civilisations and cultures of Anatolia, tourism research methods, creation of new travel destinations, behavioral sciences, research for new tourism products and types and branching (yachting, speleology, scuba diving, mountaineering, rafting

etc.), in addition to such routine titles as tourism in general, foreign language course, front office (reception) and room services, organisational behaviour, business administration, management and organisation, economy, tourism economy, marketing in tourism, tourism law, tourism policies and implementation, tourism guidance, catering services management, travel agency and tour operation, accounting practices in temporary accommodation facilities, financial management in temporary accommodation business etc.

### Determination by Ministry of Culture & Tourism of Main Policies on Tourism Education

Ministry of Culture & Tourism shall assume more active duties and role in determining policies and strategies for the planning of formal and informal education on tourism and develop approaches to the quality and content of and policies governing this education.

## 3.9. STRATEGY OF SERVICE QUALITY STRATEGY

*"To activate Total Quality Management in every constituent of the travel industry"*

Development of quality of service with associated







standard will bring about a management concept that upholds continuous development, customer and worker satisfaction and participation. Consequently, continual of quality practices shall leverage the service standards of business enterprises as well as productivity, while bringing some awesome benefits to them, in terms of competitive power and marketing.

A flexible system of quality shall optimise the services. This will lead to increased productivity, optimal usage of existing sources, defect-free performance of work and gradual decrease in service costs and time savings. Implementation of quality procedures will not only result in faster, more effective and productive services but also enhance levels of participation by both workers and customers thus develop a collaborative environment.

In order to bring a balance to the individual and corporate goals with service offering, focus will be laid upon enhancing the efficacy and efficiency of labourforce and management by permanent education, coordination and motivation, when building up the quality.

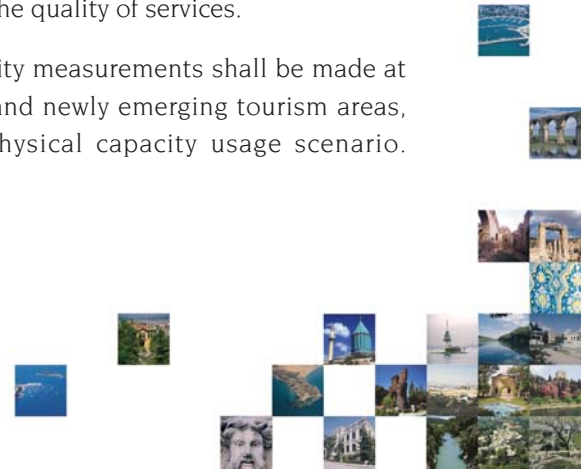
The tourism industry businesses, professional and service unions as well as local governments and all other related entities and organisations will be informed on total quality management and their successful practices will be introduced to the general public.

Awareness shall be raised on quality concerns taking into account the harsher competitive conditions and demand created and standards of quality applied in the services chain shall be improved and spread.

Planning activities shall be furthered in relation to alternative tourism opportunities with the purpose of optimising the seasonal and geographical distribution of tourism activities and creating new potential areas based on the ever changing customer preferences at international markets. Opportunities for alternative tourism shall then be created and means provided for increasing the demand with legislative regulatory arrangements made toward changing the seasonal character of the industry by giving a boost to domestic travel activities, where, tourism types that best serve for attaining a comparative advantage to competitors while preserving and rendering sustainable the natural, historical and social heritage shall be brought to the front.

A system for certification of professional qualifications shall be adopted and implemented, for increasing the quality of services.

Carrying capacity measurements shall be made at both existing and newly emerging tourism areas, based on a physical capacity usage scenario.







## OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

Improving the service standard is the top priority concern for making more income from tourism operations, in a core service industry. For the purpose, plans have been made for maximising customer satisfaction by permanently increasing the quality of services and placing the service on a perpetual stance and finally, causing a boost in tourism receipts with the demand to be created subsequent to development and deployment of the concept of sustainable growth in tourism.

The mind whirling speed of technological advancement brings about the expectation for a more effective and fault-free service in the travel industry, in addition to the requirement of offering more qualified service with minimal use of sources. Therefore, the design of a brand new product or development of an existing one when increasing the service standards shall base upon the very expectations of travellers included in different target groups.

With the introduction of a structure based on the principle of flexibility, transparency, participation and accountability in all organisation models and at every level, the grounds for a customer focused and effective service with high quality will be formed.

Targets have been set toward establishment of a system backed by quality management in public and private industrial service providers, the abandoning

of or bringing new functionalities to units no more functional and no establishment of new functions unless this becomes of requirement or mandatory and toward sharing of duties and powers in an equitable sense between central and local governments and assuring recruitment of sufficient number of staff with appropriate qualifications for the best service offering. Adopting a concept of service with focus on customer / citizen in combination with full use of contemporary information and communication technologies will eventually help deployment of a productive and effective service environment.

The public authority in charge of tourism and travel activities and responsible for scrutinising the effectiveness of private sector businesses of the industry, namely the Ministry of Culture and Tourism shall be structured so that it can assume the role of a higher supervisory body that sets out, plans and coordinates standards applicable to local and professional organisations, devised with a sound mechanism of inspection and supervision.

A variety of legal arrangements shall also be made for increasing the rate of involvement and functionalities of local governments. At this end, local governments shall be strengthened in their current structures as a project operator and brought with a role that would enable them act more centrally than local, upon perceiving how important the deeds of the industry would be.





All budgetary allocations, funds, incentives and subventions that the government uses as a tool for supporting the industry will be coordinated and evaluated in such a manner that the industry would get the maximum benefit out of them, in close cooperation with the industry.

The sector's information on and encouragement for rendering education for enhancing the quality of services are also made part of the targets planned.

The working conditions of and worker's health and work safety measures taken for the staff recruited and employed by tourism facilities shall effectively be inspected for compliance with applicable laws, regulations and standards.

The infrastructure and environment related problems occurring in the areas with dense tourism movements and their close vicinity shall be resolved in cooperation with local governments and with participation and contributions of the users of such infrastructure.

## TOWARDS THE OBJECTIVES

### Developing a sense and awareness of quality

The sense of quality shall apply to every single field and aspect of tourism. Vocational education shall be fostered throughout the travel industry for enhancing the quality. Studies on sustainable growth

and conservation of the environment shall be conducted, with arrangements for an exchange of knowledge and experience among entities and natural persons related with tourism.

Arrangements shall also be made for due involvement of local governments and NGOs in efforts to be spent for understanding and evaluation of the requirement for and significance for the tourism sector of conservation of cultural heritage.

### Making Quality "Measurable"

Decisions shall be made on common methodologies and measuring instruments to be used for measuring and tracing the quality of service at central locations where tourism gets denser and thereby their use shall be wider spread.

The deviations in current practices in certification of temporary accommodation facilities shall be eliminated, to form up and retain a unified and robust system.

Harmonisation with international standards shall be accomplished and mechanisms for maintaining and reassuring constant enforcement of such standards will be developed through NGOs, also respecting fully the rules of competition.

### Planned Growth

Both infrastructure and superstructure investment projects shall be realised in accordance with physical





plans. For the purpose, the set of physical planning works shall be completed and set enforceable in areas of designation, before the latter can be made available for investment projects.

Private sector enterprises shall be encouraged for setting up and implementing such temporary accommodation facilities as guesthouses and other boardinghouses with special features as well as countryside traveller inns, that can be accounted as accommodation alternatives.

### Regulatory Arrangements

A Tourism Satellite accounting system shall be developed and deployed for calculation of tourism receipts.

Close cooperation will be assured among the Ministries of Culture and Tourism and Environment and Forestry and related NGOs for the conservation of natural and historical heritage, which will deliver a substantial speed and efficiency to efforts for practical implementation of interventions and judicial proceedings and levying of sanctions for preventing actions and inactions of any assortment that could pose a material threat to the environment.

Revisions shall be made in the practical implementations of the Environment Law, Tourism Incentives Law and Law for the Conservation of Cultural and Natural Assets together with their associated regulations, for the purpose.

The decision-making mechanisms shall be redesigned within the context of good governance in order to ensure optimisation and effectiveness of quality of service in the travel industry.

### Enhancing Quality through Education

Vocational education shall be brought to a standard with the introduction of professional qualifications certification system and a variety of educational schemes shall be worked out to realise the qualities predefined for improving the quality of services.

## 3.10. STRATEGY OF CITY BRANDING STRATEGY

*Manage branding of cities rich of cultural and natural heritage and thereby convert them into a point of attraction for travellers.*

City tours represent a type of tourism realised in large population centers having the size of a metropolitan city. Most notable examples to such population centers appealing an exalted number of travellers include Paris, London, Montreal and Prag. The tourism potential of and image created by a city are of vast importance. Therefore, it is essential that all attractions of the city should be used at maximum level. Proposals have been submitted for initialisation of a city travel project as a leading example, in a





number of metropolitan cities of our country led particularly by Istanbul, one of the biggest metropolitan cities with highest tourism potential of the world, followed by Ankara, Izmir and Antalya. The designation of Istanbul as the Cultural Capital of Europe for 2010 brings about the need for strengthening cultural, artistic, urban and environmental qualities of this city.

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

- Plans and projects for development of city tourism shall be brought into life in Ankara, Istanbul, Izmir and Antalya cities.
- Culture tourism shall be revived and cultural branding efforts initiated for increasing the credibility of Adiyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kutahya, Manisa, Nevsehir, Kars, Mardin, Sivas, Sanliurfa and Trabzon cities.
- Each year, a city will be disclosed and publicised as "City of Cultural Tourism", by Ministry of Culture and Tourism, in an effort to maximise cultural visits domestically and internationally.
- Buildings, structures and ruins of historical, cultural and architectural value will be restored.
- Local events will be developed in line with internationally accepted standards.
- Facilities and places will be built to stage cultural and artistic shows.

- Provisions will be made for raising awareness among the local public on the value and conservation of both physical and abstract cultural heritage.
- Marketing and promotion efforts will be onset at both national and international levels to promote and highlight the rich cultural heritage of our cities.

### TOWARD THE OBJECTIVES

#### Architectural arrangements

- City museums shall be established, neat to the international standards,
- Buildings and structures and ruins of historical, cultural and architectural value will be restored,
- Projects shall be drawn up for restoration of historical city texture and old city centers,
- Lightening and landscape arrangements shall be made in the surrounding areas of such historical structures as monuments, castles, aqueducts, fortification walls, taverns, caravansaries and etc.
- Catering facilities for travellers shall be constructed in the areas of historical attraction, and
- Several new authentic shopping centres shall be built such as large covered markets where such famous handicraft products as leather, carpets, jewelry and ornamental garniture will be presented, along with arrangements for restoration and improvement of existing ones.





### Transportation System Arrangements

- Airport Hotels shall be constructed,
- Public transport systems shall be established and put in place as running for transportation of passengers between airport and town centres,
- Piers, quays and harbours in coastal cities shall be rearranged and restored, as appropriate, and
- Sea tourism opportunities shall be enhanced.

### Cultural Route Arrangements

- Efforts will be commenced for replenishing facilities and events for congress tourism,
- Exposition and conference halls shall be built,
- Art villages will be established, and
- Events will be organised on national and international scales.

### Physical and Social Arrangements

- Tourism information booths shall be erected at suitable locations in town centres,
- Infrastructure and superstructure deficiencies shall be remedied, in the first place, in cooperation with local governments and relevant organisations,
- Sign posting and information plates shall be installed,
- Special city maps showing touring routes and attraction points to be used for city tours shall be

printed with publication of introductory brochures and city guides and marketing and promotion activities shall be rendered both nationwide and on international platforms.

## 3.11. STRATEGY OF TOURISM DIVERSIFICATION

### STRATEGY

*"To develop means for alternative tourism types led particularly by health, thermal, winter, golf, sea tourism, ecotourism and plateau tourism, conference and expo tourism activities"*

The goal to spread tourism season over the entire year is dependent upon diversification of tourism products. At this end, priority shall be placed for supporting and arranging of development of tourism types defined with top priority.

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

#### Health and thermal tourism

- Each of the ancient Troy, Aphrodisian and Phrygian Settlements shall be evolved into a regional destination with thermal facilities and cultural themes, which shall by capacity be integrated to other alternative tourism types to incorporate cultural and natural heritage of the surround areas.
- Studies will be furthered in carefully planned





stages for the best evaluation of all resident resources, taking into account the regions with geothermal springs.

- Construction work carried out within the scopes of original and revised construction plans concerning the thermal tourism centres hitherto announced by the Ministry of Culture and Tourism shall be completed.
- Efforts shall be pursued to make our country as the top ranking destination of the European continent for thermal tourism interests.
- Studies shall be conducted for establishment of local governments' union and distribution companies at pilot areas identified for the purpose of effectively distributing geothermal spring waters.
- Forthwith upon completion of studies aimed at designation and physical planning of areas that may potentially be declared as Cultural and Tourism Conservation and Development Areas and/or Tourism centres with focus on the quantity and variety of geothermal springs, the areas so designated will shortly be allocated for the exclusive use of investors for tourism purposes.

### Winter Tourism

- A comprehensive analytical study shall be conducted for location and evaluation of areas suitable for hosting winter tourism activities throughout the country.
- Of the locations separated, best candidates for the conduct of alternative tourism activities such as winter, thermal, cultural and congress tourism,

mountain and nature tourism shall be unified in treatment and developed thereafter.

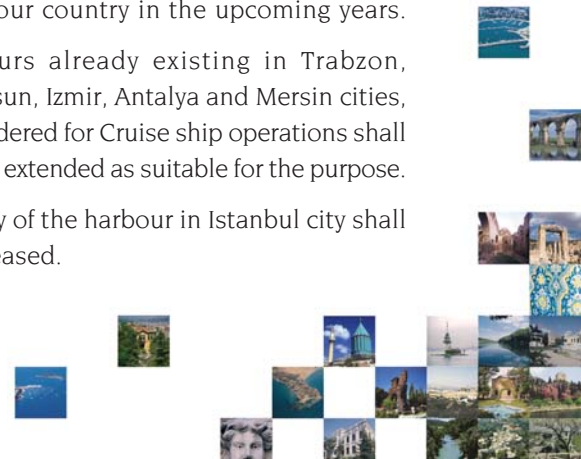
- The areas in question shall preferably be developed through planning efforts to be conducted in cooperation with related local governments and Governorships, land allocation incentives and infrastructure works to be provided by the Ministry of Culture and Tourism.
- For the development of winter tourism activities, youth will be encouraged to learn and perform this sport.

### Golf Tourism

- The prevalent climatic conditions, topographical characteristics, rich history and cultural structure of our country shall be assessed for location and evolvement of spots for hosting golfing events and associated flows of golfers.
- New golf fields shall be generated throughout the country.

### Sea Tourism

- An eligible and sustainable sea tourism shall be developed for our country in the upcoming years.
- The harbours already existing in Trabzon, Kusadasi, Samsun, Izmir, Antalya and Mersin cities, which are considered for Cruise ship operations shall be renewed and extended as suitable for the purpose.
- The capacity of the harbour in Istanbul city shall rapidly be increased.







- Means shall be provided for the revision of yacht marinas of Istanbul, Antalya and Izmir cities so as to accommodate Megayacht operations .
- Especially the fishers' huts of the Black Sea Region shall be restored, extended and converted so as to receive and dock yachts.

### Ecotourism

- In order to form the grounds on which such nature tourism types as ecotourism and plateau tourism would develop, tourism infrastructure related to activities of these types shall be evolved with qualities increased.
- The main travel routes, destinations, intermediate stations and substation spots will be plotted on maps, followed by planning efforts, based on certain scenarios to be adopted for regions to host nature tourism organisations, activities and events.
- In areas where plateau tourism appears to get denser, priority tourism development / action areas whether as spot centers or axes.
- Action plans shall be set up and put in implementation for realisation of agricultural, adventure, cave and sport tourism with cooperation of public and private sector entities and NGOs.

### Congress and Expo Tourism

- Such cities with suitable infrastructure to host congress tourism as Istanbul, Ankara, Antalya, Izmir, Konya, Bursa and Mersin shall be given top priority

for consideration and Ministry of Culture and Tourism shall carry out directing studies.

- Planning and allocation work shall be carried out for congress travels and investors shall be encouraged with incentive policies that provides a guidance on how to stage and conduct conferencing and expositional events.

- The role that management companies would assume at destinations of congress tourism shall be rearranged.

- High quality tourism facilities and international airports will be designed and constructed at areas shown on the plans to serve as centers for conference travels.

- A congress centers shall be constructed in each city, to receive efforts for promotion, planning and implementation projects for attracting international conventions to Turkey.

- Expo cities and centres shall be identified and expository organisations developed for creating expo tourism activities.

- Planning efforts shall be made for Istanbul, Antalya, Izmir and Ankara cities as the expo cities of primary concern and thereafter, in Adana, Gaziantep and Trabzon cities as expo cities of secondary concern.

- Comfort and technical infrastructure standards shall be defined by the Ministry of Culture and Tourism in addition to the Exposition Center Regulations of Turkish Bars and Exchanges







Association at expo centres located within expo cities of the 1st and 2nd grade.

- Directions will be provided for realisation of environmental layout plans, city main transportation plan and an outlay of accommodation and restaurant services so as to maximise benefits expected from expositions at Expo Centres located in expo cities of 1st and 2nd grades.
- Proposals for creating "Expo Centres" coming from outside these cities shall be considered and appraised in line with the opinions of National Tourism Council, TOBB and State Planning Organisation.
- The expo centres located in expo cities of the 1st and 2nd grade shall be taken to introductory brochures and promotional materials of the Ministry of Culture and Tourism, followed by certification as such by the Ministry.

## TOWARDS THE OBJECTIVES

### Health and thermal tourism

- A thermal tourism master plan covering four regions shall be drafted, in the first place. These four regions will include the following:

**South Marmara:** Balıkesir, Çanakkale and Yalova cities,

**South Aegean Region:** Aydın, Denizli, Manisa and Izmir cities.

**Phrygian Region:** Afyonkarahisar, Ankara, Usak, Eskisehir and Kutahya cities.

**Central Anatolia:** Aksaray, Kirsehir, Nigde, Nevsehir and Yozgat cities.

Balnéothérapie Centres to host thermal tourism operations shall be identified in the above specified regions, followed by efforts concentrated on implementing strategies aimed at developing the infra and superstructures for thermal tourism.

- In order to encourage private sector, public land and thermal spring allocation shall be made.
- Feasibility studies shall be ordered from specialised entities and persons for thermal thermal projects to be initialized by local governments.
- Thermal facilities shall be formed as stand alone compounds in design and incorporate hotel and curing centres annexed to them, all surrounded by green, with built in layout add ons like jogging and excursion tracks and entertainment facilities (i.e. water games such as aquatic parks and etc.), based on a perspective to enhance the quality of environment.
- With the exception of tourism centers falling outside the reference frames of the Ministry of Culture and Tourism, all hotspring areas shall be drawn into architectural designs by professionals and technical opinion of the Ministry shall be solicited, before the designs are approved. In time of architectural plan applications, geology and hydrogeology surveys shall





be carried out by relevant entities and organisations with specialised knowledge on the matter, but, the spring conservation sites will have to be identified, in the first place.

- The second house demands inside and adjacent to the hot spring locations shall be evaluated, once comprehensive studies are performed to affirm their viability.
- Use of thermal spring water at public locations (such as medical bathing centres etc.) will be encouraged, and no use of such waters at individually or mutually owned homes and housing cooperatives will be permitted. This prohibition shall include public areas not specifically authorised for use as lands to host related premises.
- Arrangements shall be made requiring operators to solicit and obtain approval of the Ministry of Culture and Tourism before attempting to make drills on or distribute water from those areas officially proclaimed as Tourism Centres by the Ministry.
- Every measure shall be taken and effort endeavoured to ensure that construction of thermal resort facilities is performed using state of the art technologies and in a dexterous and best workmanlike manner to successfully preserve and reflect the historical architecture and local texture (i.e. architectural designs of Ottoman, Seljuk and Roman times), with the ultimate goal of giving them an international traveller appealing appearance.

- Information on regions known to have hot spring facilities and thermal spring waters will be emphasized in promotion brochures.
- Financial grants obtained for infrastructure works (i.e. land drills, road pavements, potable and domestic water supplies, sewage lines etc.) and environmental layout arrangements will, in the first place, be used for pilot areas.
- thermal tourism shall be taken among the top priority incentive areas, in practice.
- Contacts will be established and maintained with healthcare and social aid organisations located on abroad.
- National and international symposia, seminars and promotional programs shall be held to inform the private sector and general society.

### Winter Tourism

- A winter tourism master plan shall be drawn.
- Access to tourism premises will be made easier with road or lift connections and plans sufficiently addressing spaces such as boarding, landing, waiting and parking points required for the proper functioning thereof will be set out, neat to prospective dimensional and operational needs.
- The distances between accommodation facilities and ski runs will be scrutinized to make arrangements for providing direct among them.





- Temporary accommodation facilities of such size and quality sufficient to serve the ski run when operating at full capacity shall be studied and planned.
- All such municipal needs as utility water, electrical power supply, sewage systems, garbage pickup trucks, crews etc. shall be studied and planned to cover the entire skiing centre.
- Road interconnections between all skiing and town centres and other tourism focal points will be repaired and improved.
- Ski runs shall be arranged taking due account of internationally accepted standards.
- Arrangements shall be made as necessary for the organisation of winter sports competitions and events at national and international scale under coordination of related City Governments and local administrations, GD for Youth Affairs and Sports and the Ministry of Culture and Tourism, at the skiing centres and such events and organisations will effectively advertised and promoted.

### Golf Tourism

- Projects on golf links shall be developed by the Turkish Golf Federation and Ministry of Culture and Tourism, within the scope of which, areas suitable for golfing shall be identified, taking the future tourism objectives of the country, into consideration.
- Areas with sufficient spaces to accommodate

minimum four golf courses next to each other shall be identified and nominated as golf links.

### Sea Tourism

- The single entry pass issuing procedures for yachts bearing foreign flags readily handled by the Seaports and Harbours Service and the Departments of Customs Protection, Passport Police, Border Patrol and Coastal Healthcare shall be arranged under a single and common authority.
- Income generated and receipts collected from operation of the Yacht tourism industry pursuant to operation of the Yacht Tourism Regulations shall be used exclusively for the purpose of developing the infrastructure needs of the sector and funding fairs and expository events to be organised by the sector.
- A set of rearrangements shall be made in the Yacht Tourism Regulations to adapt to and meet the requirements of the day and cover all constituents of the industry (i.e. cruise ship operations, water sports, daily yacht journeys and scuba diving etc.), starting with a name change to "Sea Tourism Regulations", as proposed.
- Development of yacht clubs will be encouraged while means are provided for the establishment and implementation of a system for multi-user yachts owned mutually among a group of people on time sharing basis.
- Arrangements shall be made in legislation for exemplifying yachts the sailing on the sea of which





is largely dependent on wind power and which is used exclusively for sporting (racing) purposes from tax obligations and applying taxes on engine driven yachts at rates to be calculated over their net values shown on insurance policies.

- Technical standards and criteria shall be developed and adopted for stationary facilities as well as floating platform systems for bilge water and solid waste disposal.
- Arrangements shall be made requiring banks operating within the territorial borders of our country, which exports yachts to buyers in the US and throughout Europe, to lodge securities for the customary prepay deposits collected by shipwrights on shipbuilding orders.
- A variety of arrangements shall be made to ensure that short-term instructional courses are opened for both active and candidate workers of yacht tourism sector and other individuals of need, also opening paths for employment in appropriate sea tourism enterprises at our coastal regions in addition to insertion of new classes in official curricula of tourism vocational high schools and academies covering various aspects of sea tourism, facilitating probation of enrollments of the aforesaid in yacht operation companies, to end up with shipman certification as appropriate for their individual fields of formative training and probation.
- Regulatory and administrative measures shall be taken so that the existing fishers' huts can

effectively serve yachts.

- Promotional activities shall be evolved to increase the share of yacht and cruise ship operations in tourism activities of the Mediterranean area, while adjustments made to make investments in the particular area of sea tourism more attractive.

### Ecotourism and plateau tourism

- Locals will be taken to instructional courses on touristic product and souvenir making, services, quality and business administration.
- People will be encouraged to build and open up house museums in which various ethnographic and ecological characteristics peculiar to the region are displayed.
- Reception points shall be established at main entrances of the area, where visitors will find detailed site maps showing various routes, regional peculiarities, parking plots and touring routes.
- Arrangements will be made for completion of fountains, toilets, shelters, distance and directional signs and configuration of trekking routes to the Global Positioning System and tracking satellites and against construction of new vehicle passages, in areas reserved for nature tourism.
- In areas reserved for mass tourism, cartography work shall be completed to form basis for physical planning efforts then development plans will be generated in the scales of 1:25,000, 1:5000 and 1:1000,





once after the forestry and pasture areas are identified.

- In areas chosen for nature tourism, environmental layout arrangements shall be made for such attractions that may be found along the route as caves, falls, interesting trees and rocky formations, sporting areas, camping field and etc. with completion of necessary municipal service links, led by transportation.
- Research centres and scientific museums shall be established to allow for conduct of research studies on characteristic features of the region and scientific demonstration and disclosure thereof.
- Local public shall be taught on guesthouse operation and management.

### Congress and Expo Tourism

- Meetings will be organised under leadership of the Ministry of Culture and Tourism, aimed at establishing the organisations needed for the development of congress tourism at first, in seven priority cities determined for congress tourism development (i.e. Istanbul, Ankara, Antalya, Izmir, Bursa, Konya and Mersin).
- Based on attempts of National Tourism Councils, first of all, active roles will be assumed for establishing and maintaining congress tourism companies and other similar structures covering management and marketing concerns in each city.

• Expo cities shall be provided with sufficient bed space and accommodation facilities and events and organisations capable of attracting other industrial sectors and guests and international airports and adjacent expo centres shall be constructed in sufficient sizes and with sufficient qualities to accommodate incoming passenger flows of flight operations.

• Reviews shall be made as for determining the barriers and impediments beyond branding of Turkish exposition organisations with TOBB and sector representatives and top priority measures shall then be taken for the elimination thereof.

• TOBB certified exposition events that are also taken to International Purchasing delegations program by the Foreign Trade Undersecretary will receive due inclusion in all promotional and introductory materials of the Ministry of Culture and Tourism.

• Measures will be enhanced to allow for the safe enlargement of exposition areas, that attract very large international visitor groups.

• Fairs and exposition events shall be considered and treated as a strategic sector for the sustainability of country exports of tourism products and services generating income denominated in foreign currencies.

• In cities where fair and expositional events are staged, local governments, institutions of higher educations, professional's chambers and public





administrations will host instructional efforts for raising awareness on and community ownership of city expositions.

- Studies shall be conducted for opening associate degree programs for raising fair organisers and working staff.

### 3.12. REGIONS TO HOST REHABILITATION EFFORTS FOR TOURISM AREAS

#### STRATEGY

*"To make arrangements for handling in the first place and strengthening the infrastructure of areas where mass tourism activities grow intense and for extending tourism season throughout the entire year in these regions."*

The mass tourism that mainly consists of sun-sea-sand activities has already reached a saturation level in the coastal regions of Antalya, Mugla and Aydin cities. Therefore, there is the need for setting up and implementing a number of secondary arrangements for maximising the receipts gained from travellers, once they leave their hotels for daytime trips, ensuring the operation of existing facilities for 12 months uninterrupted and events adding on the credibility thus serving for the branding of these sites.

#### OBJECTIVES FOR THE TERM OF 2023

- Arrangements shall be made for integration of such health and fitness units as thalasso therapies etc. to existing operations.
- Sporting and recreational areas and especially the training grounds of sports clubs will be planned.
- Golfing areas shall be planned with formation of eligible grounds for investment.
- Entertainment centres and theme parks will be created.
- Authentic excursion and replenishment locations shall be arranged in forest area.
- High quality shopping malls shall be built in multi-storey structures perfectly matching all functional and architectural expectations.
- Revisions shall be made on plans as required to meet up with concurrent needs as to building heights, plot sizes etc. in municipal areas.
- Environmental layout arrangements, street illumination systems, kerbs and pedestrian walk pavements shall be upgraded in populated landward areas.
- Farm tourism, organic farming, hobby gardens, boutique villa gardens etc. shall be provided in landward areas for the dual purpose of avoiding speculations and diversifying such areas to help them contribute to tourism.







- Arrangements shall be made within settlements for places suitable for production of original handicrafts, market spaces and such transport means and lines as trolleys, phaeton and lift running tracks. for entertaining the guests while giving them a unique sight seeing experience.
- Attention shall also be drawn on arrangement of cycling paths and pedestrian pavements with a view to diversify and further improve the quality of transportation between the tourism premise and city centers.

### TOWARDS THE OBJECTIVES

**Infrastructure Unions:** These will be encouraged for establishment to assume an active role in solution of problems encountered by daily tourism, in addition to further strengthening the infrastructure of areas where tourism activities take place.

**Tourism Product Diversification:** This will be done in all covered regions.

### 3.13 TOURISM DEVELOPMENT ZONES STRATEGY

*"To use tourism as a key tool for local and regional development in tourism development areas encompassing more than one cities to be transformed into destinations"*

Within the strategy of developing destinations supported by physical decisions in accordance with the vision and philosophy statements, emphasis will be laid upon regional and thematic characteristics of destinations.

Arrangements shall be made for our national tourism to develop in the form of thematic regional destinations, along predetermined development axes.

### OBJECTIVES FOR THE TERM OF 2023

A key factor to develop tourism on a countrywide scale is without doubt, diversification of transportation infrastructure, accompanied by concomitant quality improvements. Within this context, the need is obvious for strengthening the access links of the destinations proposed for development, with airports, split highway structures, railway and seaway connections. Therefore it is the core objective of the action plan to not only develop the destinations to be opened up in the upcoming years for mass and coastal tourism but also support them with such tourism diversities as thermal, winter, plateau, cultural, congress, ecotourism and faith and gastronomy tourism activities and events.

The tourism activities envisaged for development in national travel industry is expected to develop destinations confronting to international standards, spread through inland parts of the selected regions and throughout the entire year rather than being dependent on any particular season.







## TOWARDS THE OBJECTIVES

**I. Thematic Zones:** 9 thematic zones are being proposed in our country to serve the objectives of this strategy, the cities of coverage and themes of which, are as follows:

### I. Phryg Cultural and Thermal Tourism Development Zone

This zone covers the cities of Eskisehir, Afyon, Kutahya and Usak, targets cultural and thermal tourism based development.

This zone is among the top priority development areas identified within the scope of thermal Tourism Cities Project, an initiative given start, with consideration of geothermal potentials of the country for developing thermal tourism activities.

The area encompasses around 20 natural geothermal springs, at the moment. Target is set toward establishing thermal cities and high quality balneoterapie centres, on and around these springs.

The Phryg Tourism area is also rich of natural and cultural heritage, representing a unique potential for relevant tourism types. This potential will be revealed for the exclusive and controlled use of tourism with a variety of excavations, restorations, scape arrangements and other similar efforts.

Objectives have been set for the planning of 4 golf links each with 18 holes, with a view to diversify touristic events, in addition to cultural and thermal

tourism activities. Furthermore, such resident yet minor canyons, ponds, dams etc. of the region shall be redesigned to welcome lovers of Nature and adventurers.

Arrangements will also be made for integration of the area with other types of travel and large scale "thermal Tourism Cities" shall be brought into life with concurrent efforts dedicated to diversification of transportation links with improved quality in the Phrygian Tourism Development Zone.

The areas in the region, which can be proclaimed as Cultural Heritage Conservation and Tourism Development Sites shall be identified and forthwith completion of physical planning efforts, be allocated for the sole use of intended tourism investors, within the scope of the strategic plan.

Finally, there is a proposal for construction of an airport at Altintas district of Kutahya City, to help the greater goal of transforming the area into the most visited and renowned tourism destinations of the country and world, in the medium and long run. The region shall further be enhanced in terms of accommodation facilities and capacity with dedicated efforts on planning and implementation of thermal, cultural and ecotourism activities.

### II. TROY Cultural and Thermal Tourism Development Zone

"Troy North Aegean Culture and thermal Tourism Development Zone", covers the cities of Çanakkale





and Balıkesir and is intended for development of Health and thermal tourism as well as rural tourism. With the rare thermal spring water potential it has at coastal banks, this region is perhaps the best candidate for becoming a unique site attracting increasing numbers of international travellers. Given the unique climatic pattern of the Goose Mountains, which is referred as the venue of the first beauty competition of human history in myths and diversified range of endogenous floral and faunal species it hosts, the region has targets for development of a high quality tourism though on a restricted terrain, combined with its thermal and coastal tourism potentials.

Efforts will be pursued toward identification and then integration with other tourism types of geothermal springs located along the southern slopes of Goose Mountains, with arrangements made concurrently for attracting new investments into the territory and increasing the capacities of the region in terms of both accommodation facilities and of available bed capacity. Furthermore, the Saros Bay, Erdek and Isle Avsa will be proclaimed as the two new tourism cities, as a contexture of this zone.

Planning and implementation efforts shall be intensified in the upcoming terms, for adjusting the capacities of existing accommodation facilities of the region to the peculiar needs of thermal, culture and ecotourism activities.

Supplementary studies aimed at diversification and quality improvement of transportation links will be performed in the Troy Cultural and thermal Tourism Development Zone.

On completion of tourism related planning of the region, investments will immediately be given a start, to host efforts aiming at transforming the region into a major destination for nature - cultural and thermal tourism in the medium and long term.

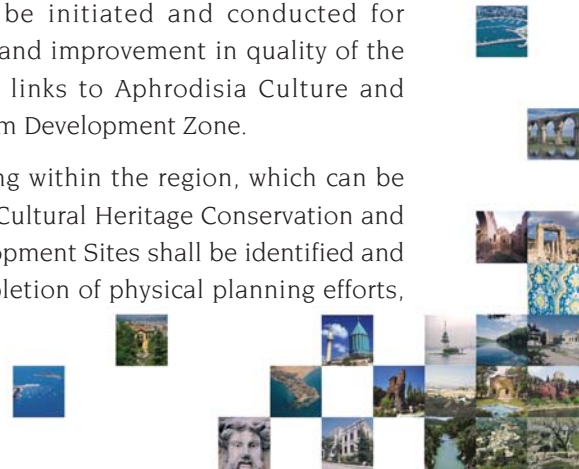
### III. APHRODISIA Culture and Thermal Tourism Development Zone

Covering the cities of Aydin and Denizli and over twenty geothermal springs, the "Aphrodisia Culture and Thermal Tourism Development Zone" is mainly intended for growth towards health and thermal tourism.

This region is one of the top priority development areas within the scope of Thermal Tourism Cities Project, an initiative given start with consideration of the geothermal spring water potential of our country and a view to evolve thermal tourism.

Studies shall be initiated and conducted for diversification and improvement in quality of the transportation links to Aphrodisia Culture and Thermal Tourism Development Zone.

The areas falling within the region, which can be proclaimed as Cultural Heritage Conservation and Tourism Development Sites shall be identified and forthwith completion of physical planning efforts,





be allocated for the sole use of intended tourism investors, within the scope of the strategic plan.

Planning and implementation efforts shall be intensified in the upcoming terms, for adjusting the capacities of existing temporary accommodation facilities of the region to the peculiar needs of thermal, culture and ecotourism activities. Target has been set toward transforming Aphrodisia into a major destination and highly credible brand in the medium and long term.

#### **IV. SOGUT Culture Tourism Development Zone**

Encompassing Bursa and Bilecik cities and Iznik district this zone shall be developed for culture tourism. In the context, impetus shall be given to revive the old historical paths and restoration of existing civilisation ruins as well as development of an open air museum of suitable spots and position of the territory as a thermal and culture tourism development zone in international platforms.

Studies shall be initiated and conducted for diversification and improvement in quality of the transportation links to Sogut Culture Tourism Development Zone.

Efforts will be pursued for integrating the region with other tourism types to obtain a large scale culture tourism volume in the end and for placing the region among the most significant destinations of world tourism, with restorations to be made and open field

museums built. The region shall also be given a boost in terms of both accommodation facilities and bed capacities.

#### **V. CAPPADOCIA Culture Tourism Development Zone**

The Cappadocia region is a world renowned destination with unique historical, cultural and natural riches and original urbanscape embedded in a historical and natural layout, which encompasses the cities of Kayseri, Kirsehir and Nevsehir.

Stepping forefront with culture tourism, Cappadocia Region has though a vast potential for other types of tourism which has to be appraised and evaluated better, with conception and implementation of diversified alternatives as well as improved scenic layout and attractions such as golf areas to an acceptable level of quality, wherefore a number of targets have been defined toward evolvement of alternative types of tourism thus making the entire region a new tourism destination.

With the projects to be implemented within the Cappadocia Culture Tourism Development Zone, 5 golf links each with 18 holes and required set of facilities are anticipated for construction. Furthermore, the interesting geography of the region that presents extremely convenient layout and tracks for trekking purposes in combination with rich handicrafts (pottery, carpet and rug production), local gastronomy kitchen and regional wines will





form the basis of tourism activities. These will be complemented by marketing of the region within a perspective of sustainable tourism, with the use of potentials for 1 to 2 hour balloon tours, original urbanscape evolved in historical and natural layout, handicrafts and gastronomy tourism.

The golf and other alternative types of tourism will be planned so as to confront fully with the natural and characteristic features of the region so, boutique style hotels shall be built with existing ones restored and improved in quality and bed capacity will be increased to meet for the demand of tourists.

## VI. TERRA MERE Ecotourism Development Zone

This zone named Terra Mere, which stands for Lakes District, is located in the intersection of Aegean, Mediterranean and Central Anatolia regions and encompasses the cities of Konya, Isparta, Afyon and Burdur.

As its name suggests, the area is covered by numerous lakes noticeable among which are Beysehir, Egirdir, Kovada, Acigol, Burdur, Salda, Eber and Aksehir Lakes. Efforts shall be sustained for creating a variety of sites for nature trips and a base for such activities as trekking, caravan and tent camping, paragliding, mountaineering, caving, hunting, horse riding, cycling, surfing, photo safaris etc.

Moreover, a sustainable tourism approach shall be adopted for the entire region which accommodates a significant amount and varieties of wildlife, in which all precautions shall be taken to avoid deteriorating habitats and ecosystems, while visitors shall be informed on concerns of nature and its conservation and further given the change to make individual contributions to conservation efforts.

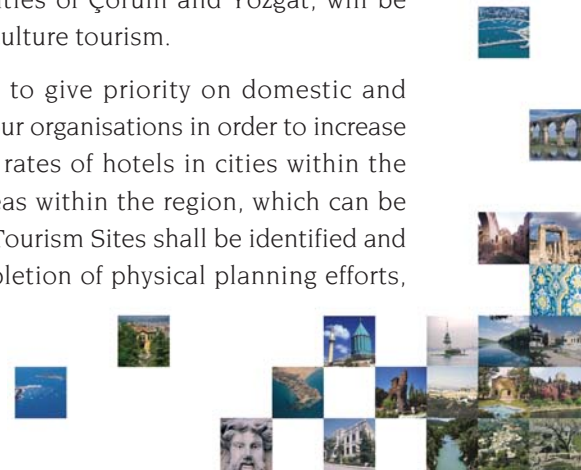
The areas falling within the region, which can be proclaimed as Tourism sites shall be identified with reference to lakes and forthwith completion of physical planning efforts, be allocated for the sole use of intended tourism investors, within the scope of the strategic plan.

With the land allocation and new investments to be made within the Terra Mere, the number of high quality facilities will be improved and bed capacity will be increased.

## VII. HITTITE Culture Tourism Development Zone

The Hittite Culture and Tourism Development zone, covering the cities of Çorum and Yozgat, will be developed for culture tourism.

It is necessary to give priority on domestic and international tour organisations in order to increase the occupancy rates of hotels in cities within the region. The areas within the region, which can be proclaimed as Tourism Sites shall be identified and forthwith completion of physical planning efforts,





be allocated for the sole use of intended tourism investors, within the scope of the strategic plan. With the aforesaid investment projects' completion, the region is expected to be given a capacity boost in terms of both accommodation facilities and bed capacity.

### **VIII. URARTU Culture Tourism Development Zone**

Once homestead of the ancient kingdom of Urartu in eastern Anatolia, this zone is rich of cultural and historical elements and encompasses the cities of Van and Bitlis. Also it has a potential for coastal and winter tourism and shall be developed for the greater purpose of converting the region into a cultural destination at both national and international scale.

The region shall be integrated with other tourism types and a large scale "Urartu Destination" will be realised, which shall be complemented with associated land allocation and new investments in the region, which in turn, help an increase in both the number of accommodation facilities and their bed capacity. Within the scope of projects to be realised with these investments, 2 golf playgrounds shall be formed with 18 holes in addition to Ahlat and Van Water Sports Complex, Cruise Ship Approach and Docking Quays and a yacht marina. Furthermore, the current links of the region with GAP and winter corridors are anticipated to be strengthened.



Following completion of plans, the region is expected to have improved quality in all of its accommodation facilities.

### **IX. GAP Culture Tourism Development Zone**

The area covering Adiyaman, Batman, Diyarbakir, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Sanliurfa and Sirmak cities will be developed primarily for culture tourism, with secondary developments focused on golf, health, youth tourism, ecotourism and travels for such activities as paragliding, trekking, water sports, canoeing, bird watching and congress tourism.

The region will also host large scale culture - faith tourism development efforts after being integrated to other types of tourism. At this context, land and cultural structure appropriations in combination with realisation of new projects will help an increase in the number of accommodation facilities as well as in their bed spaces.

Finally, the increase in existing accommodation capacity within the perspective of culture - faith tourism goals will provide additional capacity for accommodating tourist groups flown to the region's coastal banks.

### **2. Tourism Diversity and Integration at Tourism Development Zones**

Tourism development planning according to certain themes is in the core of objectives set for the zones.



In designs for planning, areas, as wide as possible, shall be made available and set on a course for tourism development, as in the case of tourism cities.

Arrangements shall be made for associating the development of alternative tourism types with other cultural and natural assets in close neighbourhood.

### 3. Administrative Structuring in Tourism Development Zones

Both statutory and administrative arrangements shall be made, as necessary for ensuring self-growth of Tourism Development Zones so as to form a destination out of themselves and integrity of investments to be made and projects to be implemented and the establishment of Infrastructure Unions with participation of representatives from public organisations, local governments and private sector bodies and enterprises.

#### 3.14. TOURISM DEVELOPMENT CORRIDORS

##### STRATEGY

*"To develop a certain route for tourism on definite themes, by rehabilitating historical and natural texture."*

The act of tourism is a social movement, from beginning till the end. This social movement is ensured by transportation. There are certain routes

in our country which need to be posited from a tourism viewpoint, due to their richness in terms of natural, historical and cultural values. The tourism potential of these routes will be brought for use, in a planned manner.

#### OBJECTIVES FOR THE TERM OF 2023

Along the corridors which will be developed as destination points, transportation will be diversified and its quality will be improved.

In order to direct the tourism development in the corridors towards boutique hotels and boardinghouses, which will provide service with low intensity, high quality and for the whole duration of a year, the necessary planning work will be done.

Corridors will be planned, managed, promoted and marketed with a collective sense of the whole, as destination points.

#### TOWARDS THE OBJECTIVES

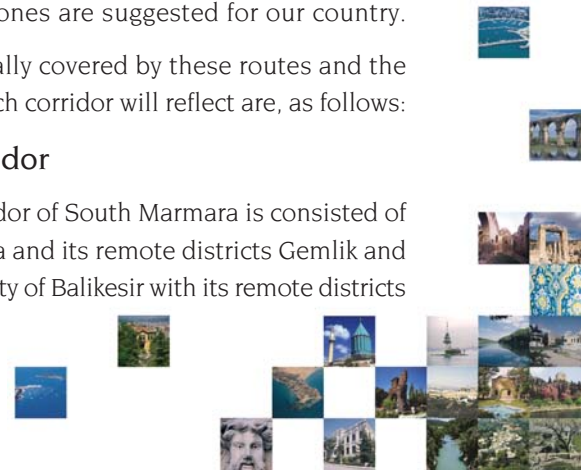
##### 1. Tourism Development Corridors

Within the adopted strategy, 7 thematic tourism development zones are suggested for our country.

The cities actually covered by these routes and the themes that each corridor will reflect are, as follows:

##### I. Olive Corridor

The Olive Corridor of South Marmara is consisted of the city of Bursa and its remote districts Gemlik and Mudanya, the city of Balikesir with its remote districts







Gonen, Bandirma and Erdek and the city of Çanakkale, with its coastal line extending to its remote district Ezine, also encompassing the Kapıdağ Peninsula of Erdek, with its close neighbourhood in the southern part of Dardanelles and Avsa, Pasalimani and Ekinli Isles and the Marmara Isle of the Marmara District, lying to the north.

The region will be developed as a destination for health and gastronomy tourism. The region, by its very nature, has a variety of plant species used in alternative medicine and comes up to the forefront with its high potential for production of olives, olive oil and wines. It shall be this potential, which shall serve as the main theme of the corridor's development.

The region will also form the subject of a number of plans and applications for thermal, culture and ecotourism operations, along with a capacity increase in its existing temporary accommodation facilities vis-a-vis the intended developments.

## II. Winter Corridor

The natural, cultural and historical attractions along corridor which has been established within the framework of the "Winter Tourism Master Plan" under construction in order to develop the winter tourism, and by taking into consideration the existing and potential winter tourism centers within the region comprising the cities of Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars and Ardahan, will be associated with other assets in close vicinity and the tourism diversity which can

serve for winter tourism will be ensured.

In the Erzurum Konaklı and Gez Regions as well as the surrounding vicinity of the Hot-spring Balneoterapie Centers in the cities of Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars and Ardahan, new accommodation facilities will be created. By utilising the historical city structure located in town centres of Kars and Sarikamis as accommodation units, these facilities shall be restored and improved in both capacity and bed space, suitably for accommodating winter, culture, thermal and city tourism flows.

## III. Faith Tourism Corridor

The one called "Faith Tourism Corridor" comprises, the city settlements of Hatay, Gaziantep, Sanliurfa and Mardin, with the city of Tarsus laid in the point of origin.

En route this corridor, plans have been made for construction of a split superhighway linking Tarsus to Mardin, with the accomplishment of which, a boost is expected in the number of visitors, in the short and medium term, concomitant with the enhanced accessibility of the region and associated positive change of preference in travellers. Moreover, another step considered essential for developing Faith Tourism will be taken by interconnecting the cities of Diyarbakir and Siirt, in two alignment extensions laid opposite to one another, with the main railway track that currently ends up in the city of Sanliurfa.







The historical buildings will be restored to serve as guesthouses and arrangements shall be made for supporting small, self or family-owned hotels.

The region shall host a variety of planning and implementation efforts aimed at improving the existing accommodation facilities in terms of capacity.

#### IV. Silk Road Tourism Corridor

This corridor has been demarcated to cover the Ayas - Sapanca Segmental Corridor, which is a fraction of the historical Silk Road alignment entering Anatolia that trespasses the Metropolitan City of Istanbul to reach the European Continent and the Cities of Adapazari, Bolu and Ankara found on its alignment, also encompassing the remote districts of Sapanca, Geyve, Tarakli, Goy nuk, Mudurnu, Beypazari, Gudul and Ayas, of the aforesaid cities.

Settlements along the corridor will be developed for nature and ecotourism and will also have permanent links with winter tourism facilities of the region.

The region has an ample variety of artworks and examples of civilian architecture of the Seljuk Kingdom and the Ottoman Empire, thus is pretty much rich of historical texture and heritage. In furtherance of its historical past, the Region has a buoyant potential on its route alignment between Ankara and Istanbul, the two major cities of the country, for culture and commodity exchange. As it is also carved in a rich landscape of natural beauties and interesting scenes, arrangements will also be

made for giving the region a culture and ecotourism focused growth, which will include guest-house operations.

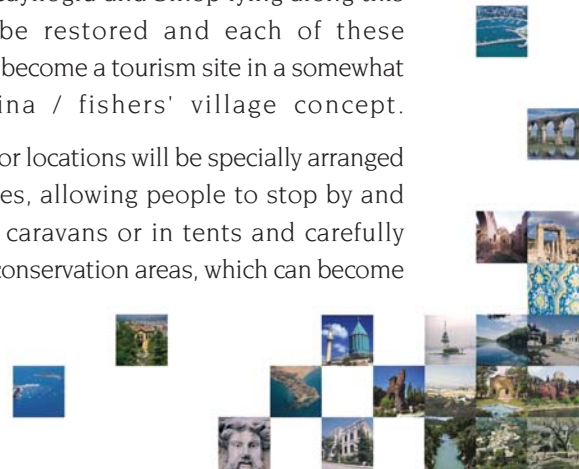
There is also a set of plans made for improving the region both in terms of the number of accommodation facilities and bed capacity to well adapt to the specific needs of tourism, with a variety of civil works, aimed at restoring the stand-alone monumental buildings of civilian architecture of the remote past into rare structures of accommodation, with the adoption of either Build-Operate-Transfer or long term lease methods.

#### V. Black Sea Coastal Corridor

This is anticipated as an inland tourism development corridor to be developed for serving such metropolitan cities as Ankara and Istanbul, extending between Sile and Sinop Cities with an approximately length of 500 km.

The region will be developed with a perspective of culture, coastal and nature tourism. For the purpose, the fisher huts found in settlements of Sile, Akcakoca, Amasra, Cide, Caylioglu and Sinop lying along this corridor will be restored and each of these settlements will become a tourism site in a somewhat suitable marina / fishers' village concept.

Along the corridor locations will be specially arranged for camping sites, allowing people to stop by and camp either in caravans or in tents and carefully planned inside conservation areas, which can become





a focal point for the development of eco-tourism, in addition to a number of recreational, replenishment centers wisely placed in the core of woods. Also a variety of plans and related realisation efforts will be provided for building up and commissioning boutique hotels, boardinghouses and original countryside traveller inns. This territory will host a number of planning and implementation efforts aimed at developing it into a centre of culture and ecotourism, with increased number of accommodation facilities and improved bed capacity.

## VI. Plateau Corridor

Principally demarcated for plateau and nature tourism on the coastal sash of the Northern Black Sea from Samsun to Hopa Cities, this corridor embodies a gorgeous number of tremendous, breath-catching landscapes and scenes.

Embedded in numerous tones of green, this region is the heart of tourism activities and potency of the entire Black Sea Region. Therefore, practical implementations will take the form of a fresh new tourism development scenario founded on plateau, coastal, culture and health tourism in the core, for the entire Black Sea Region. Also, the region will be posited as a unique world site and destination attracting lovers and explorers of nature both from within and outside the country, forthwith upon the integration of plateaus and highlands found in the region with other types of tourism.



The plateau corridor shall further be enhanced with a diversified range of entertainment and leisure activities to include camping, golfing, skiing, caving, paragliding, rafting, riding, ballooning, fishing, bungee jumping and photo-safari organisations, with appropriate planning and implementation.

A number of planning and implementation efforts shall be rendered for improving the temporary accommodation facilities already present in the region, both qualitatively and quantitatively, with focus on culture and ecotourism organisations.

## VII. Thrace Cultural Corridor

The Thrace Corridor is an area covering Edirne, Kırklareli and Tekirdag cities. Located on the European wing of the Marmara Region, it is demarcated as a bowl bordering the Black Sea on the north and terminating at Aegean Sea, in the south. The corridor already has a variety of boutique hotels and specially licensed temporary accommodation facilities in place and running, with a variety of camping and bungalow operations, distributed randomly on its plain.

The intended tourism diversity will be considered when drawing up plans for addition on existing bed capacity. The historical houses of Adrianople, a polis of the ancient Greek now resembled in the urbane of Edirne will be restored, in such a manner that the old city's appearance can be regained and to serve as accommodation facilities for travellers



and outsiders in such forms as boutique hotels or boardinghouses. These accommodation facilities will also receive improvements both in quantity and quality, as appropriate for culture and ecotourism operations.

## 2. Tourism Diversity and Integration along Tourism Development Corridors

Plans will be drawn up for developing tourism and travels en route the Corridor with certain themes.

The plans will target the opening of areas, as wide as possible, up for tourism interests, in continuation and as an extension of the concept of tourism cities.

Alternative tourism types to be selected and implemented for the corridors shall be associated with other cultural and natural assets of their close vicinity.

## 3. Administrative Structuring in Tourism Development Corridors

All work necessary at both legislative and administrative levels will be performed for the establishment of Infrastructure Unions, to be formed up of public entities and organisations, local governments and private sector representatives, to hold and maintain miscellaneous investments and projects to be implemented for the realisation thereof, in a discrete integrity, so as to allow for the self-development of the established Tourism Development Corridors into stand-alone destinations.

## 3.15. TOURISM CITIES

### STRATEGY

*“To plan tourism settlements capable of competing the world examples by becoming a global brand.”*

### OBJECTIVES FOR THE YEAR 2023

Ten new tourism cities shall be brought into life, in addition to the five being planned by the Ministry of Culture and Tourism.

### TOWARDS THE OBJECTIVES

#### 1. Tourism Cities

Within the scope of the Action Plan, the research and development efforts for the 10 new tourism cities will be conducted and completed. The names proposed for these ten new cities, are as follows:

1. Igneada - Kiyikoy EcoTourism City
2. Kilyos Tourism City
3. Saros Bay Tourism City
4. Kapıdağ Peninsula, Avşa and Marmara Isles Tourism City
5. Datça Ecotourism City
6. Kas - Finike Tourism City
7. Anamur Coastal Line Tourism City
8. Samandag Tourism City
9. Macka Tourism City
10. Kahta Tourism City





## 2. Tourism Diversity and Integration in Tourism Cities

Plans will be drawn up for developing tourism and travel in these Cities based on certain themes.

The plans will target the opening of areas, as wide as possible, up for tourism interests. Alternative tourism types to be selected and implemented for the corridors shall be associated with other cultural and natural assets of their close vicinity.

## 3. Administrative Structuring in Tourism Cities

All arrangements necessary at both legislative and administrative levels will be performed for the establishment of Cappadocia Infrastructure Unions, to be formed up of public entities and organisations, local governments and private sector representatives, to hold and maintain miscellaneous investments and projects to be implemented for the realisation thereof, in discrete integrity, so as to allow for the self-development of the established Tourism Cities into stand-alone destinations.

## 3.16. ECOTOURISM ZONES

### STRATEGY

*"To develop nature tourism with reference to development plans"*

### OBJECTIVES FOR THE TERM OF 2023

The territory covering the cities of Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu and Sinop, which are located in the Black Sea Region, the inland parts of East Antalya and the locations where this city conjuncts with the city of Mersin at skirts of the Taurus Mountain, the GAP Ecotourism Corridor which interlinks the main GAP corridor with Winter Corridor have been identified as the top priority ecotourism development zones in Tourism Strategy of Turkey - 2023 for their biodiversity and high ecotourism potentials.

Plans are toward spreading out ecotourism activities throughout the aforementioned regions, always upholding the principle of sustainability and showing full respect to and conserving biodiversity, in usage planning of our natural resources. The natural resources found in the aforesaid regions are diversified. Accordingly, plans have been devised for evaluation of local products to form the very first steps of evolving into a brand principally through workshops in which various handicrafts and local examples can be processed and associated structuring in local architecture presenting conformity with the environment also observing the balance between conservation and utility.





Arrangements shall be made for integration with National Parks, Nature Conservation Sites, Hunting and Wildlife Reservation Areas and Sites already located within the regional boundaries, once an ecotourism focused development is attained in the territory. The transport infrastructure and access to the region shall also be diversified with land, air and railway links, with the gradual supply and opening for public use of alternative modes of access to any particular location therein.

The grounds will be established for coordinated efforts of public entities and organisations and local governments in the ecotourism zones. Provisions shall be made for assuring recycling of ecotourism outputs back to the local community and an understanding that requires active involvement of the local public shall be adopted and followed throughout the relevant planning and implementation activities. Besides, attempts shall be made as appropriate for establishment of Infrastructure Unions at local level with participation of government organisations, local governments, private sector entities and local NGOs at localities to receive ecotourism activities.

## TOWARDS THE OBJECTIVES

At regions to receive ecotourism organisations, non-agricultural areas of employment shall be created in the rural, with the greater objectives of reducing, if not eliminating the interregional imbalances, optimising women's status in communal structure,

ceasing rural population migrations to urban areas and contributing to the preservation and promotion of national values. Additionally, efforts shall be pursued, in these ecotourism regions, to:-

- Achieve and maintain economical balance through product diversification in regional economy,
- Create major job opportunities for both skilled and unskilled labourforce of the region,
- Ensure development of small and medium sized enterprises located in the region,
- Ensure development of indicative infrastructure investment projects, which would provide an example and encourage local industrial and commercial business entities to take a similar path.
- Ensure the modernisation process at local level by educating youth and the local community, in general,
- Provide recreational and touristic opportunities for use by the local public and guests in a region which has not any other option to evolve socially and economically,
- create an increase in per capita income of individuals among the local community, yielding more taxation revenues for the government, and
- develop an understanding and raise awareness on improving the image of the locality and environmental protection and development concerns, among the local community.





## 4. IMPLEMENTATION TOURISM STRATEGY OF TURKEY

### 4.1. Corporate Structuring and Governance

In order that the Tourism Strategy of Turkey - 2023 can be realized with all its dimensions in an integrity and can reach its objectives, it is important that public institutions and organizations, the business world and non governmental organizations as well as the whole public adopt the strategy and act harmoniously according to the common objectives.

In order that this harmony can be realized at the highest level, it is being aimed to realize an efficient, transparent and accountable process at the level of political and administrative management, decision taking, programming, resource allocation, application, coordination and supervision. By defining the authority and responsibilities of shareholders within governance principle, an environment in which with active cooperation and coordination is worked will be established.

Within this framework, for the implementation of the strategy, the institutional structuring model, the roles and responsibilities of inter and intra-organisational actors will be prepared as follows:

**National Tourism Council;** For the determination of policies and the process of decision taking on the highest level during the implementation of the

Tourism Strategy of Turkey - 2023, it will be the body for the supplying of data, the implementation, evaluation and orientation of policies for the Ministry of Culture and Tourism.

**State Planning Organisation (State Planning Organisation) :** shall assume full responsibility and in order to reach the objectives of the Ninth National Development Scheme as well as the ones of the Tourism Strategy of Turkey - 2023, the State Planning Organisation, being a member of the National Tourism Council, will assume an active role.

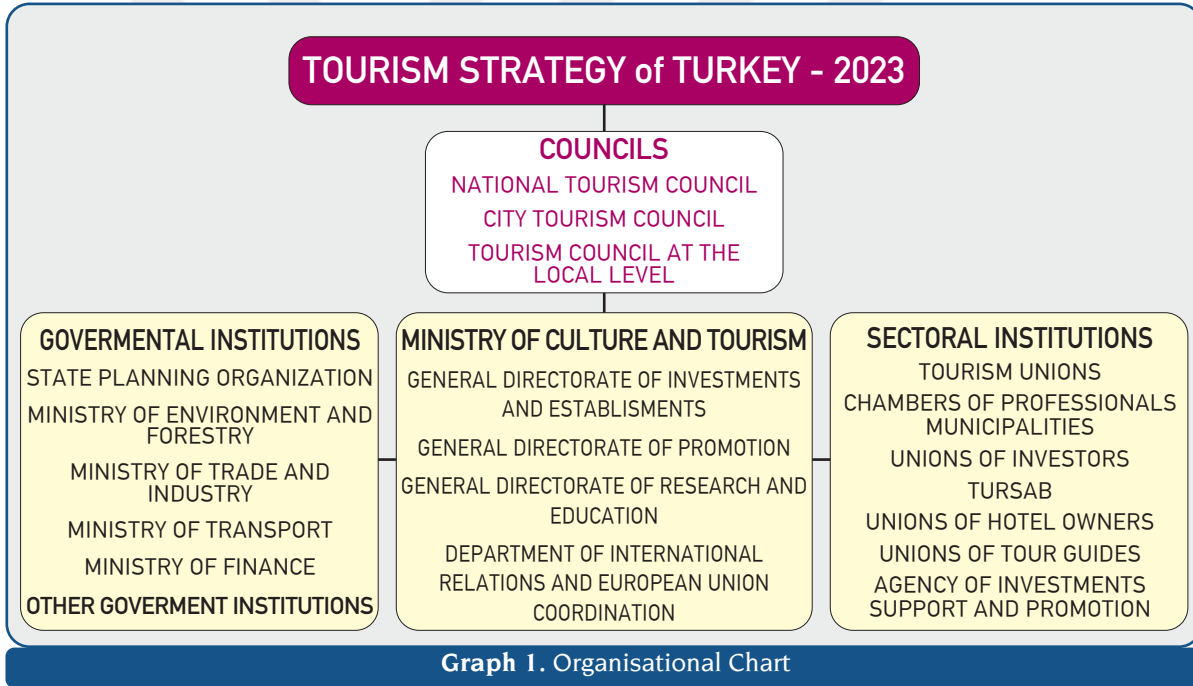
**Ministry of Culture and Tourism;** The Ministry of Culture and Tourism which will assume a regulatory role and also overtake respective duties in the planning, implementation, documentation and orientation of the tourism education. The Ministry of Culture and Tourism will play a role as a regulatory, supervisory and directing body. The functions to be established and enforced within the Ministry of Culture and Tourism are:

**National Tourism Certification Service:** This function will support the development of and specialisation in international and national standards.

**Domestic Tourism Research and Steering Department;** This function will do every kind of research, evaluation and policy determination works concerning domestic tourism.







**Tourism Education Guidance Service;** By following the changes in the tourism sector, the unit will do the necessary work for setting out the main aspects, the content and the strategy for wide - spread tourism education policies and will submit its view to the Ministry of National Education, The Higher Education Council as well as the sector establishments how the training can be updated in connection with the needs of the tourism sector and contemporary developments.

**National Tourism Data Repository Service;** This function will do the necessary work in order to collect, process and evaluate the statistics, field research and measurements related to tourism.

**City Tourism Councils;** With the participation of its members in order to represent all shareholders in the region, the Council will submit its views, demands and recommendations to the National Tourism Council concerning tourism development and will thereby contribute to its right decision - taking.







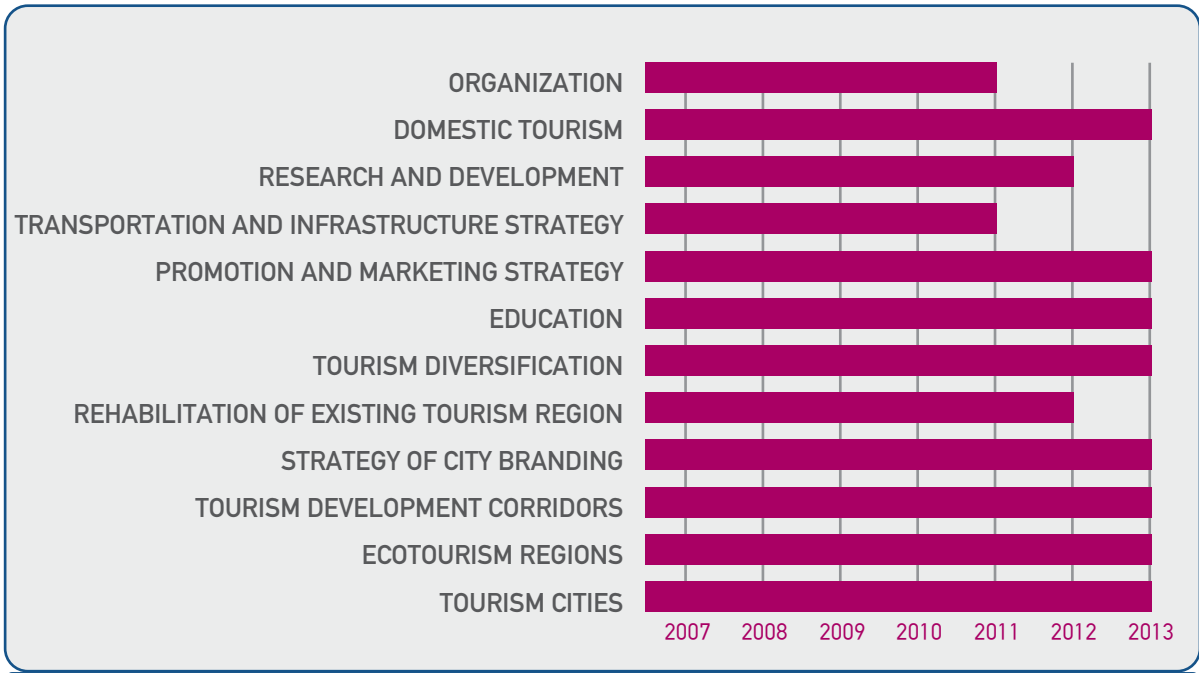
The organizational structure of the institutions and establishments which will be actively involved in the implementation of the tourism strategy document is given, below.

### 4.2. Action Planning

The Tourism Strategy of Turkey - 2023 has been prepared targeting the term of 2023 for completion, yet it concretises its anticipations about targets as of term 2013.

An intensive preparatory phase has to be fulfilled before the targets can be attained and best economic and social benefits retrieved in the shortest possible time.

The individual actions have been broken down on schedule, according their implementation priority and expected returns on the timeline. The prioritisation of actions took due account of tourism product diversification and countrywide tourism activity concerns.



Graph 2. Tourism Strategy of Turkey - 2023 Implementation Phase





### 4.3. Monitoring and Evaluation

The criteria of measurement developed for monitoring the performance of Tourism Strategy of Turkey - 2023 and how successfully the targets are attained will be among the basic tools used by enforcers and decision-makers to get involved and proceed with the transformation process. At this extent, a National Tourism Database Repository and a National Tourism Certification Service shall be formed and put in function.

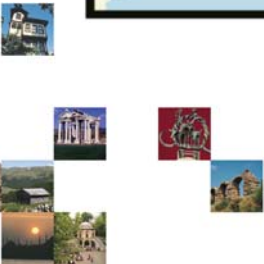
Throughout the process monitoring phase, which has critical importance for the overall success of the strategy, the outcomes of updates measured according to predefined indicators will be subject to regular comparative analyses with preset targets and objectives.

The National Tourism Database Repository Service will organise the data transmitted by various public and private sector entities and then submit its conclusions with opinions to Ministry of Culture and Tourism and National Tourism Council. Later, the service and council will get together to set measures required to be taken in line with the conclusions and opinions submitted, making necessary amendments in the strategy accordingly.





# TOURISM STRATEGY of TURKEY - 2023 CONCEPTUAL ACTION PLAN









**Printed in 2023 copies.  
First edition.**





**MINISTRY OF CULTURE & TOURISM**  
THE GENERAL DIRECTORATE OF INVESTMENT & ESTABLISHMENTS

[www.kulturturizm.gov.tr](http://www.kulturturizm.gov.tr)